



UNIVERSITAT POLITÈCNICA DE VALÈNCIA

DEPARTAMENTO DE LINGÜÍSTICA APLICADA

Programa de Doctorado en Lenguas, Literaturas y Culturas, y sus Aplicaciones



TESIS DOCTORAL

El multilingüismo en la comunicación electrónica en Camerún y España: estudio contrastivo de la elección de lengua y del cambio de código en las páginas de comunidades futbolísticas de Facebook.

PRESENTADA POR:

GINETTE MAGUELOUK MOFFO

DIRIGIDA POR:

Dra. CARMEN PÉREZ SABATER

Valencia, enero 2020

Dedicatoria

Esta Tesis está dedicada a:

Ngouepegue Denise

Totap Tchieg Hervé Marcial

Totap Moffo Fosap Manuela

El hombre no es más que lo que la educación hace de él. (I. Kant: 1724-1804)

Agradecimientos

Me gustaría dar las gracias especiales a mi siempre querida directora Dra. Carmen Pérez Sabater por su interés en esta Tesis, consejos, sacrificio y dedicación para llevar a cabo esta investigación. Muchísimas gracias por confiar en mí y apoyarme siempre.

Mucha gente me ha ayudado en el proceso de elaboración de esta Tesis Doctoral. En primer lugar, quiero expresar mi gratitud hacia el Departamento de Lingüística Aplicada de la Universidad Politécnica de Valencia donde mis profesoras/es y compañeros/as me inspiraron y me alentaron siempre. Entre ellos, me gustaría agradecer especialmente a la Dra. Frances Irene Watts por apoyarme siempre y su sentido del humor, las Dras. Penny McDonald y Amparo García Carbonell por sus consejos y alientos. Quiero dar las gracias a los compañeros de doctorado como Oleksandra Iaroslavl'tseva, Romyk Iushchenko, Ana Albalat Mascarell, Dra. Andrea Lengyelová, Viana Prato, etc. Agradezco al Departamento de Lenguas y Literatura Española de Camerún por facilitar el inicio de esta Tesis Doctoral, a mis compañeros/as de la Universidad de Ngoa-ekéle y Douala como Kemta Apolinaire, Modestine Fosap, Elvis Samory, Gaél Kouenedji, Patrice Tchieg, Matho Edith, Tanou Blanche, Tanou Noelle, Mbozo'o Virgile, etc.

Estoy muy agradecida al Dr. Ricardo Morant de la Universidad de Valencia por sus consejos durante la estancia. Me gustaría también expresar mi gratitud al Dr. Javier Julián Enriquez, Dr. Chretien Lontsi y Dr. Roussin Fomekong por su apoyo incesante y sus consejos.

Gracias también a mis compañeros de la Universidad procedentes de varios países de África. Entre ellos me gustaría nombrar al Dr. Fernando Joao Tanleque, Dr. Jackson Daudet, Dr. Ulrich Gamalieu, Dr. Sergio Mulema, Dr. Mendel Odilon y Jackeline Guaman, que me apoyaron durante toda esta fase de redacción y su constante amistad y guía profesional. Agradezco a mis familias de España por su constante apoyo: a las familias Jonathan Cuevas y Olga Dipre; Nieves Condori y Ángel Condori. Mis más sinceros agradecimientos a las familias Oscar Cubo Ugarte y Bozena Schmidt; Fanny Germans y Victor Soriano por su apoyo incondicional.

Finalmente debo reconocer que la fe en Dios me ha fortalecido en todo este proceso de redacción de la Tesis.

Índice

Índice	v
Resumen	xi
Abstract	xiii
Resum.....	xv
Siglas y abreviaturas.....	xvii
Listas de mapas, tablas figuras e imágenes	xix
Capítulo 1	1
Introducción	1
1.1. Breve reseña sobre Camerún, su geografía e historia.....	4
1.2. Justificación de la Tesis: el uso de Internet en el mundo	8
1.2.1. Estadísticas de Internet en África: Camerún.....	9
1.2.2. Estadísticas de Internet en Europa: España	10
1.2.3. La brecha digital en Camerún	10

1.2.4. Ejemplos de publicaciones en Facebook en páginas futbolísticas de Camerún y España.....	11
1.3. Objetivos de la Tesis	16
1.4. Estructura de la Tesis.....	17
Capítulo 2	19
Marco teórico	19
2.1. La comunicación electrónica	19
2.1.1. El texto escrito oral	21
2.1.2. Estudios sobre la comunicación electrónica en África	22
2.1.3. La comunicación electrónica en Camerún	23
2.1.4. La comunicación electrónica en España	25
2.2. El multilingüismo	26
2.2.1. El multilingüismo en Camerún	28
2.2.1.1. Camfranglais	30
2.2.1.2. Pidgin inglés	31
2.2.2. El bilingüismo y el contacto de lenguas en España	32
2.3. La creación de identidad.....	33
2.3.1. El inglés como lengua franca (ILF) en línea.....	37
2.4. Facebook.....	38
2.4.1. Gestión de identidad en Facebook	39
2.5. El cambio de código: significado y teorías.....	40
2.5.1. Tipos de cambio de código	42
2.5.2. Funciones del cambio de código.....	44
2.5.2.1. En la comunicación electrónica.....	47
2.6. El fútbol como deporte para la expresión de la identidad nacional...50	
2.6.1. La identificación con equipos nacionales y locales de fútbol en África y Camerún.....	51
2.6.2. La identificación con equipos nacionales de fútbol en España...53	

2.6.3. Fútbol e identificación de grupos en línea.	54
Capítulo 3	57
Metodología	57
3.1. Preguntas de investigación	57
3.2. El corpus	59
3.2.1. Camerún	59
3.2.2. España	61
3.3. Método del análisis	63
3.4. Análisis del corpus con WordSmith	65
3.5. Descripción del corpus elaborado siguiendo el modelo de Herring (2007)	75
3.6. Parámetros de estudio	82
Capítulo 4	85
Resultados y su interpretación	85
4.1. Elección de lengua en Camerún y España	85
4.1.1. Frecuencia y porcentajes de lenguas en los dos países	86
4.1.2. Análisis de la elección de lenguas	90
4.1.2.1. Elección de lengua en Camerún	91
4.1.2.2. Elección de lengua en clubes españoles	93
4.2. El cambio de código	97
4.2.1. Frecuencia y porcentajes del cambio de código en Camerún y España	98
4.2.2. Lenguas utilizadas para el cambio de código y su función en Camerún	100
4.2.2.1. Cambio de código al inglés	101
4.2.2.2. Cambio de código al francés	107
4.2.2.3. Cambio de código a las lenguas indígenas camerunesas ...	109

4.2.2.4. Cambio de código al francés, inglés, pidgin inglés y lenguas indígenas: camfranglais y otras lenguas criollas.	112
4.2.2.5. Cambio de código a lenguas europeas.	117
4.2.3. Lenguas utilizadas para el cambio de código y su función en España	121
4.2.3.1. Cambio de código al inglés	123
4.2.3.2. Cambio de código al español	129
4.2.3.3. Cambio de código al catalán	136
4.2.3.4. Cambio de código al inglés y catalán	139
4.2.3.5. Cambio de código con otras lenguas como lengua base	140
4.3. Consideraciones globales de los resultados	142
4.4. Análisis de la frecuencia y porcentajes de los resultados con WordSmith	144
4.4.1. Frecuencia y porcentaje de los términos empleados en comentarios de Camerún.....	145
4.4.2. Frecuencia y porcentaje de los términos utilizados en clubes de fútbol España	146
4.4.3. Análisis de los resultados con WordSmith	147
4.4.3.1. Términos más frecuentes en comentarios de los dos países	147
Capítulo 5	149
Conclusiones y aportaciones	149
5.1. Contribución de la Tesis	149
5.2. Limitaciones y futuras líneas de investigación.....	153
Referencias bibliográficas	155
Notas.....	175
Anexos.....	177

Resumen

En esta Tesis Doctoral examinamos la elección de lengua y el cambio de código en dos grandes grupos de comunidades multilingües que se comunican en la red: comentarios publicados en las páginas oficiales de Facebook de los clubes de fútbol más importantes de Camerún y España. En estos dos casos, lenguas no estandarizadas, como las lenguas indígenas de Camerún, y lenguas “minoritarias”, como el catalán, tienen que competir con otras lenguas de mayor alcance como el español, francés o inglés. Mediante un análisis cuantitativo del discurso electrónico o *Computer-mediated Communication Discourse Analysis* (CMCDA), los resultados muestran que la mezcla de lenguas y el cambio de código son prácticas habituales en estos intercambios, que, en muchos casos, sirven para establecer identidades locales y globales en estos entornos altamente multilingües. En concreto, los resultados de este estudio demuestran que las estrategias de mezcla de lenguas ayudan a crear una comunidad cohesionada marcando el estilo de lengua propio de cada grupo. Por otra parte, esta Tesis destaca que las interacciones multilingües se construyen de manera diferente en las dos comunidades estudiadas. Las estrategias de mezcla de lenguas y las funciones del cambio de código en los comentarios de Camerún son más variadas y proporcionan ejemplos más ricos que incluyen más variedad de estrategias de mezcla de lenguas que los textos de los clubes españoles. Argumentamos que la larga tradición camerunesa de mezclar lenguas en las conversaciones diarias del país y la arraigada creatividad léxica en sus prácticas comunicativas diarias pueden ser factores determinantes de la diferencia constatada en los mensajes de las dos comunidades lingüísticas.

Abstract

In this doctoral dissertation, we examine language choice and code-switching in two different social media multilingual communities: comments posted on the official Facebook pages of the most important football clubs in Cameroon and Spain. In these two cases, non-standardised languages like indigenous Cameroonian languages and so called “minority” languages like Catalan compete against the pressure of parallel official languages or languages with a broader scope such as English, French or Spanish. By means of a quantitative and Computer-mediated Communication Discourse Analysis (CMCDA), our results show that translingual written exchanges are frequently adopted and serve to establish local and global identities in these highly multilingual environments. Specifically, the results of this study demonstrate that language mixing strategies are vital to create distinct in-group language style and alignment. However, the article concludes that multilingual interactions are constructed differently by the two communities. The language mixing strategies and functions of code switching in the Cameroonian comments are more varied and provide richer examples of language mixing phenomena than the texts from the Spanish clubs. We argue that this is likely because language mixing and lexical creativity are deeply embedded in Cameroon's daily communicative practices.

Resum

En aquesta Tesis Doctoral examinem l'elecció de llengua i el canvi de codi en dues comunitats multilingües diferents que es comuniquen en la xarxa: comentaris publicats a les pàgines de Facebook dels clubs de fútbol més importants del Camerun i Espanya. En aquests dos casos, llengües no estandarditzades, com les llengües indígenes del Camerun, i llengües “minoritàries”, com el català, han de competir amb altres llengües de més abast com l'anglès, espanyol o francès. Mitjançant una anàlisi quantitativa del discurs electrònic o *Computer-mediated Communication Discourse Analysis* (CMCDA), els resultats mostren freqüents intercanvis de missatges escrits en diferents llengües que serveixen per establir identitats locals i globals en aquests entorns altament multilingües. En concret, els resultats d'aquest estudi demostren que les estratègies de barreja de llengües serveixen per crear una alineació i un estil de llengua diferent en cada grup. D'altra banda, aquesta tesi destaca que les interaccions multilingües es construeixen de manera diferent en les dues comunitats estudiades. Les estratègies de barreja de llengües i les funcions del canvi de codi en els comentaris de Camerun són més variades i proporcionen exemples més rics de fenòmens de barreja de llengües que els textos dels clubs espanyols. Argumentem que el profund arrelament de la barreja de llengües i la creativitat lèxica en les pràctiques comunicatives diàries de Camerun poden ser factors determinants de la diferència entre els missatges de les dues comunitats lingüístiques.

Siglas y abreviaturas

CAF: Confederación Africana de Fútbol; en francés Confédération Africaine de Football

CC: Cambio de código

CE: Comunicación electrónica

CMC: siglas en inglés de Computer-mediated Communication

CF: Club de Fútbol

CMD: Computer-mediated Discourse

CMDA: Análisis del discurso electrónico del inglés Computer-mediated Discourse Analysis

DO: Derechos y Obligaciones

FC: Fútbol Club (Barcelona)

ILF: inglés como lengua franca

LF: Lengua franca

USD: Union sportive de Douala

Listas de mapas, tablas figuras e imágenes

Mapas

Mapa 1: Provincias anglófonas y francófonas de Camerún	5
Mapa 2: Las lenguas locales de Camerún	8

Tablas

Tabla 1: Estadísticas del uso de Internet en Camerún y países africanos, acceso en julio de 2018: http://www.internetworldstats.com/stats.htm	10
Tabla 2: Estadística de la penetración de Internet en España	10
Tabla 3: Factores de clasificación del discurso electrónico de Herring (2007: 13-23)	76
Tabla 4: Factores de clasificación de Herring (2007: 13-23) adaptados al corpus de Camerún	77
Tabla 5: Factores de clasificación de Herring (2007: 13-23) adaptados al corpus de España	79

Tabla 6: Frecuencia y porcentaje de palabras en cada lengua en clubes de Camerún	87
Tabla 7: Frecuencia y porcentaje de palabras en cada lengua del Fútbol Club Barcelona.....	89
Tabla 8: Frecuencia y porcentaje de palabras en cada lengua del Real Madrid Club de Fútbol	90
Tabla 9: Frecuencia de palabras en cada lengua del Valencia Club de Fútbol	90
Tabla 10: Lenguas que intervienen en el CC en Camerún y porcentajes.....	98
Tabla 11: Lenguas que intervienen en el CC en el Fútbol Club Barcelona y porcentajes.....	99
Tabla 12: Lenguas que intervienen en el CC en el Real Madrid Club de Fútbol y porcentajes.	99
Tabla 13: Lenguas que intervienen en el CC en el Valencia Club de Fútbol y porcentajes.....	99
Tabla 14: Porcentajes de las funciones de cambio de código de Camerún	100
Tabla 15: Porcentajes de las funciones de cambio de código en clubes de España	121
Tabla 16: Términos más frecuentes en comentarios del Coton Sport.....	145
Tabla 17: Elementos más frecuentes en comentarios de Samuel Eto'o	145
Tabla 18: Términos más frecuentes en comentarios del Union Sportive...	146
Tabla 19: Términos frecuentes en comentarios del Barça	146
Tabla 20: Términos frecuentes en comentarios del Real Madrid.....	147
Tabla 21: Términos frecuentes en comentarios del Valencia	147
Tabla 22: Expresiones en lenguas de Camerún con su traducción al francés, inglés y español	175

Figuras

Figura 1: Ejemplo de concordancia: el caso de Papa en los comentarios de Samuel Eto'o	66
Figura 2: Ejemplo de lista de palabras clave.....	67
Figura 3: Ejemplo Wordlist: lista de palabras de los comentarios del Madrid	68
Figura 4: Texto introducido en el bloc de notas.....	69
Figura 5: Herramienta del programa WordSmith	69
Figura 6: WordList	70
Figura 7: Proceso de activación del programa WordSmith.....	71
Figura 8: Proceso de introducción del texto en el programa.....	72
Figura 9: Etapa para generar la lista de palabras.....	72
Figura 10: Lista de frecuencia y porcentajes de palabras generado por WordList.....	73
Figura 11: Imagen de texto extraído del Madrid.....	75
Figura 12: Gráfico del porcentaje de palabras en cada lengua en Camerún	86
Figura 13: Gráfico del porcentaje de palabras en cada lengua del Fútbol Club Barcelona.....	88
Figura 14: Gráfico de porcentajes de lenguas del Madrid Club de Fútbol	88
Figura 15: Gráfico de porcentajes de lenguas del Valencia Club de Fútbol	89
Figura 16: Gráfico de porcentajes de las funciones de cambio de código de Camerún	101
Figura 17: Gráfico de porcentajes de las funciones del cambio de código en clubes de España	122

Imágenes

Imagen 1: Publicación del Coton Sport de Garoua	12
Imagen 2: Publicación del Union Sportive de Douala	12
Imagen 3: Publicación de Samuel Eto'o Fils	13
Imagen 4: Publicación del Fútbol Club Barcelona.....	14
Imagen 5: Publicación del Valencia Club de Fútbol.....	15

Imagen 6: Publicación del Real Madrid Club de Fútbol.....	15
Imagen 7: Extracto del muro de Facebook del Fútbol Club Barcelona para dar la bienvenida a un nuevo jugador.....	94

Capítulo 1

Introducción

Hoy en día, somos testigos de un multilingüismo masivo debido a la creciente comunicación por Internet. La red ha permitido a los usuarios expresar sus sentimientos e ideas en línea de diversas maneras, mezclando lenguas, géneros, estilos, textos, etc. (Leppänen y Peuronen, 2012). Aunque estos fenómenos se han estudiado desde el comienzo de las publicaciones sobre comunicación electrónica (CE) (véase, por ejemplo, Georgakopoulou, 1997), la atención dedicada por los académicos al cambio de código y la mezcla de lenguas no se corresponde con la enorme repercusión de estos fenómenos en nuestras prácticas comunicativas diarias, no han sido foco de atención preferente de lingüistas en igual medida, según lo señalado por Androutsopoulos (2013). En los últimos años, parece que esta situación ha mejorado, el número de estudios ha aumentado significativamente; algunos artículos y capítulos de libros recientes han dedicado su esfuerzo y experiencia a reconocer este fenómeno, como la investigación llevada a cabo por Tsiplakou (2009), Leppänen y Peuronen (2012), Androutsopoulos (2013), Lee (2016, 2017) y Kulavuz-Onal y Vásquez (2018). No obstante, existe una carencia de estudios rigurosos que documenten las prácticas comunicativas *translinguales* globales actuales, es decir, las de grupos y comunidades de personas que utilizan más de una lengua no necesariamente relacionada con la ubicación geográfica de los interlocutores (Lee, 2016). Los diferentes sitios web, los tipos de multilingüismo en línea y las

comparaciones entre modos, lenguas y plataformas deben abordarse desde la perspectiva de Androutsopoulos (2013) para entender las propiedades específicas del CC en línea, debido al hecho de que cada vez estas prácticas comunicativas son más frecuentes y aceptadas socialmente. La globalización ha mejorado el contacto entre personas de diferentes orígenes y tradiciones (Li, 2011). La red social Facebook, una de las plataformas de comunicación en línea que ha ganado más popularidad mundial en los últimos años (Chovanec y Dynel, 2015), puede ser un buen ejemplo de un espacio virtual multilingüe, un espacio virtual translingual (Li, 2011) donde se utilizan varias lenguas.

Desde un punto de vista sociolingüístico, los recursos lingüísticos creativos en la comunicación en línea se pueden utilizar estratégicamente para representar ciertos aspectos de identidad en situaciones específicas y para enfatizar con qué tipos de culturas o estilos de vida el autor del texto está dispuesto a alinearse (Peuronen, 2011). Al respecto, en la sociolingüística es importante resaltar el papel crucial de la relación entre lengua, discurso e identidad en la medida en que construimos imágenes de nosotros mismos a través de la lengua (De Fina, 2006). De ahí que las prácticas discursivas estén estrechamente relacionadas con la identidad que mostramos o construimos al comunicarnos. Como señala Li (2011), ahora, los individuos construyen y modifican de forma consciente sus identidades y valores socioculturales a través de prácticas sociales como el ‘translanguaging’ donde las identidades, valores y prácticas no solo coexisten, sino que se combinan para crear nuevas identidades, valores y prácticas.

En esta línea de pensamiento, el estudio que presentamos aquí analiza los fenómenos de elección y mezcla de lenguas en varias comunidades en línea y cómo se implementan las elecciones y estrategias lingüísticas como mecanismos para crear diferentes identidades que se entremezclan. En concreto, este estudio examina la interacción en línea de comunidades multilingües formadas por simpatizantes de fútbol de uno de los países más multilingües del mundo, Camerún, y comunidades virtuales multilingües formadas por participantes de muchos países diferentes. Comparamos las interacciones en las páginas de Facebook de los equipos de fútbol más populares de Camerún, el Coton Sport de Garoua FC y el Union Sportive de Douala FC, con los intercambios de mensajes en Facebook por parte de los simpatizantes de los equipos de fútbol españoles más populares, el FC Barcelona y el Real Madrid CF, dos equipos que ocupan la posición de liderazgo en el ranking mundial de los clubes más populares en las redes sociales (*The Guardian*, diciembre, 2014). A estos equipos hay que añadir el Valencia CF.

No hay duda de que el fútbol ofrece un contexto viable para la investigación social (Clark, 2006). Especialmente interesante hoy en día es el hecho de que el fútbol es un fenómeno sociocultural globalizado con un destacado carácter transnacional,

multicultural y, por lo tanto, a menudo multilingüe, que, paradójicamente, en palabras de Kytölä (2014), apenas se ha tratado por la sociolingüística. Desafortunadamente, la mayor parte de la investigación sobre la sociología del deporte se ha centrado en la comparación de los textos en línea y en papel, pero no ha tratado en profundidad las identidades en línea, experiencias y construcciones de identidad grupal (Wilson, 2008). Aquí, intentando abordar estas carencias, nos centraremos en textos multilingües en línea únicamente para detectar cómo se construye la identidad y la alineación de las comunidades deportivas en estos entornos.

Otro aspecto novedoso de esta Tesis Doctoral es su perspectiva de investigación no anglófona. La investigación académica sobre el multilingüismo en línea realizada hasta la fecha ha tenido casi exclusivamente una orientación anglófona o basada en intercambios surgido en el norte de Europa (véase, por ejemplo, Tsiplakou, 2009; Kytölä, 2014; Lee, 2016). Pocos estudios se han ocupado de textos multilingües dentro de la perspectiva global del análisis del discurso en línea en lo que López (2007) denomina *Global South*, término que hace referencia a los países de África, Centroamérica, Sudamérica, gran parte de Asia y los considerados países del “sur” dentro del norte, es decir, zonas de EE.UU., el Caribe y la Europa mediterránea.

En esta Tesis Doctoral demostraremos la importancia de las estrategias de creación de identidad local y grupal generada por las elecciones lingüísticas hechas por los aficionados al fútbol en los sitios web de los clubes, asumiendo que ciertas prácticas discursivas en contextos multilingües promueven la creación de identidad. Estas estrategias se producen en la mayoría de los actos de comunicación, pero nuestras ideas se apoyan en el contexto multilingüe del estudio, en la elección de lengua que repercute en la identidad tanto del autor/a del comentario como del público a quien está dirigido ese texto. En primer lugar, nos ocupamos de lenguas como las lenguas indígenas camerunesas y el catalán, que compiten contra la presión de los idiomas oficiales paralelos. Por lo tanto, la elección explícita de estas lenguas a la hora de comunicarnos actúa inmediatamente como un marcador de identidad dentro del grupo. En segundo lugar, se puede acceder a las plataformas virtuales desde todo el mundo y, por lo tanto, las lenguas locales compiten contra la presión internacional del inglés como lengua franca en Internet. Nuestra investigación demostrará que atender a las razones por las que se elige una lengua en particular aporta ideas novedosas con respecto a la identificación y comprensión de las interacciones multilingües en línea.

Finalmente, hay que decir que la elección de los dos grupos específicos para el estudio, en lugar de otros posibles de países multilingües, como las sociedades multilingües asiáticas, se debió principalmente a los antecedentes lingüísticos de la investigadora. El análisis abordado es especialmente complejo al incluir lenguas

minoritarias de países subdesarrollados digitalmente como Camerún. Actualmente, en el momento de redactar esta Tesis, no hay diccionarios ni servicios de traducción disponibles para la mayoría de las lenguas indígenas de Camerún, ni en línea ni en papel, como los que ofrece Facebook para más de 150 lenguas. En nuestro caso, pudimos superar esta barrera porque la autora de esta investigación nació y ha vivido en la parte anglófona de Camerún, aunque es francófona. Además de estas lenguas, la autora habla también pidgin inglés y varias lenguas de Camerún. Su educación multilingüe ha sido un factor clave para permitir un examen exhaustivo de estos textos multilingües. Por otra parte, la inmersión de la autora en España y su convivencia con el español y catalán ha permitido el estudio de textos en estas lenguas. Por lo tanto, se han podido detectar los matices encontrados en muchas de estas interacciones. En la Tesis no pretendemos proporcionar principios universales o máximas generales con respecto al comportamiento lingüístico. Sin embargo, al examinar interacciones multilingües en masa, podemos ofrecer una explicación de cómo los individuos, en lo que López (2007) llama *sur global* y en los foros que no son de habla inglesa, establecen ahora la identidad dentro del grupo a través de estrategias de elección y mezcla de lenguas. Observamos también cómo la comunicación escrita en dichas comunidades, en general está influida por los fenómenos sociológicos e ideológicos que normalmente caracterizan el discurso deportivo.

1.1. Breve reseña sobre Camerún, su geografía e historia

Camerún, país situado en África Central, comparte fronteras al oeste con Nigeria, al nordeste con Chad, al este con la República Centroafricana, y al sur con Guinea Ecuatorial, Gabón y Congo. Camerún ha sido frecuentemente denominada “África en miniatura” por sus peculiares paisajes culturales y geográficos que reflejan las diferentes partes del continente: sus espléndidas selvas tropicales, sus paisajes verdes en la parte montañosa occidental, sus selvas en la parte central y su paisaje semi-desértico en el norte (Nkengasong, 2016). Camerún tiene una población de más de 25 millones de habitantes y ocupa una superficie de 475,442 kilómetros cuadrados.

Fruto de las colonizaciones sucesivas ha sido el uso de la lengua inglesa y francesa diferenciado en su territorio. El mapa que mostramos a continuación refleja las zonas de habla anglófona y francófona:



Mapa 1: Provincias anglófonas y francófonas de Camerún

Es necesario referirse a la historia de Camerún para entender la complicada realidad lingüística y cultural del país (Mveng, 1963). En su época pre colonial, la mayor parte de etnias que pueblan Camerún hablaban lenguas del grupo benue-congo, en particular lenguas *cross* y *bantoides* (una de cuyas ramas son precisamente las lenguas bantúes). A pesar de las relaciones existentes entre sus primeros habitantes provenientes de tribus diversas, Camerún nunca contó con una estructura estatal antes de la llegada de los colonizadores europeos en el siglo XV. Los primeros colonizadores, navegantes portugueses en 1497, al mando del expedicionario portugués Fernando Póo, bautizaron el territorio con el nombre *Río dos Camarões* por la presencia de camarones en su río Wouri (Echu, 2004).

En 1884, Camerún se convirtió en una colonia alemana (*Kamerun*). En este periodo (1884-1919) se realizaron cuantiosas inversiones en la infraestructura de la colonia: construcción de vías férreas, carreteras y hospitales. Sin embargo, los pueblos indígenas

se mostraron reacios a trabajar en estos proyectos, a lo que el gobierno respondió con un severo sistema de trabajo forzado. En 1910 un decreto recomendó el uso del alemán en las escuelas con exclusión de cualquier otra lengua europea local, ciertamente para combatir la influencia inglesa en la zona costera. Pero tras la derrota de Alemania en la Primera Guerra Mundial, Camerún se dividió entre Gran Bretaña y Francia y se administró primero bajo el mandato de la Liga de las Naciones y luego bajo la tutela de las Naciones Unidas. Gran Bretaña gobernaba el *Cameroon* británico del norte y el *Cameroon* británico del sur desde la ciudad de Lagos en Nigeria. Los franceses obtuvieron la mayor parte del territorio y administraron *Cameroun* como un territorio independiente.

Durante el periodo del mandato francés (1919-1945) se autorizó el uso de la lengua local como medio de instrucción a nivel de la educación primaria tras el memorándum de 1927 (Feussi, 2006). El inglés se reservó para escuelas secundarias intermedias y escuelas técnicas.

El mandato de la Sociedad de Naciones se transformó en el Consejo de Administración Fiduciaria de las Naciones Unidas en 1946. En el proceso hacia la independencia (1945-1960) se manifestó la conciencia nacional, el nacimiento de los partidos políticos, la lucha por la independencia. Mientras que el norte del país quería asociarse a Nigeria, el sur quería unirse con el Camerún francófono (véase Ferro, 1997). La cuestión de la independencia pasó a ser un asunto candente en el Camerún Francés. En 1948 se fundó *La Union des Populations du Cameroun* (UPC), el partido más radical que abogaba por la independencia inmediata. Francia ilegalizó el partido el 13 de julio de 1955, y emprendió una auténtica masacre silenciada que se ha llamado el “Genocidio Bamileké” o el “Genocidio de Camerún” y sus líderes independentistas, Ruben Um Nyobé y Félix-Roland Moumié, fueron asesinados.

El 1 de enero de 1960 el Camerún francés obtuvo la independencia siendo su primer presidente Ahmadou Ahidjo. El 1 de octubre de 1961, el sur de Camerún británico se reunificó con el Camerún francés para formar la república de Camerún. El Camerún del norte británico optó en cambio por unirse a Nigeria. Las lenguas oficiales se reconocen institucionalmente por la administración. Tienen un carácter legal y se utilizan para intercambios formales en la vida pública del país (Feussi, 2006). La constitución del 2 de junio de 1972 ya no defiende la división lingüística, sino una fusión, un acercamiento cuyo resultado es el bilingüismo oficial. De hecho, el país adopta dos lenguas oficiales, francés e inglés, que deberán utilizarse en todos los sectores oficiales sin discriminación alguna. Esta elección hecha por las autoridades de la época tenía la intención de

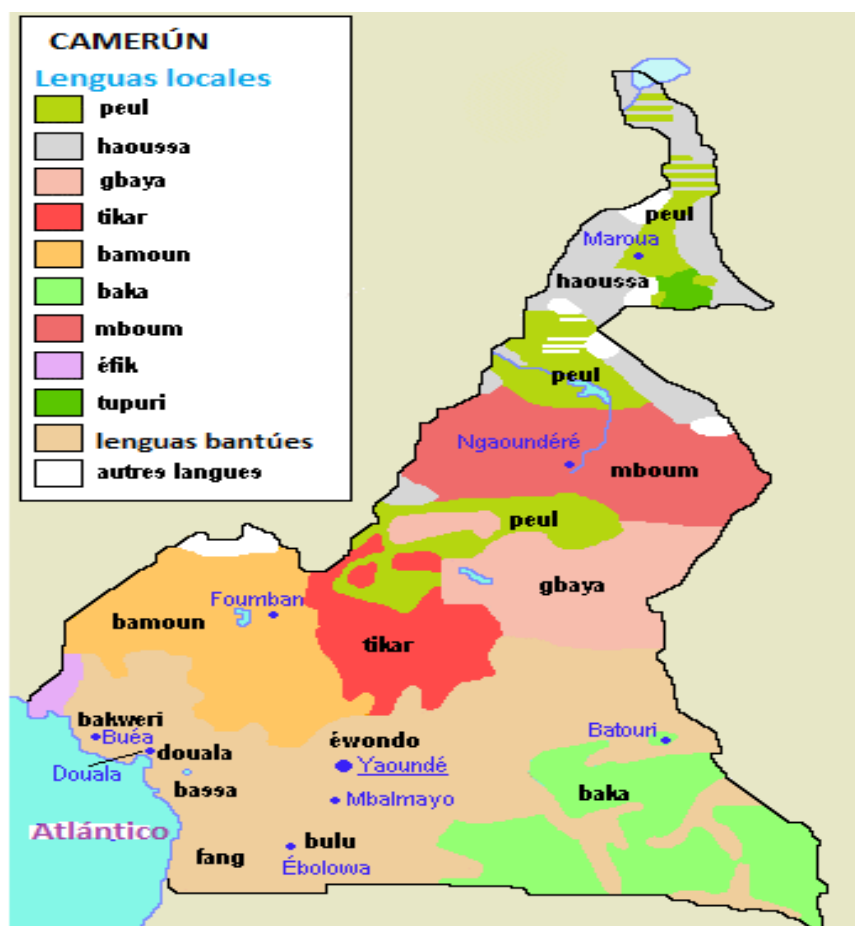
contrarrestar la deriva tribal para preservar el sentimiento nacional. El discurso del ex presidente de la República, en 1982, finalizaba con la expresión “unidad nacional”, un sentimiento patriótico permanente en Camerún que solo la lengua podría facilitar.

El presidente Ahidjo dimitió el 4 de noviembre de 1982, dejando el poder en manos del sucesor según la constitución, Paul Biya, que ha seguido el estilo de gobierno de su predecesor hasta la actualidad. Reiteradamente en los últimos 30 años, han surgido revueltas en las provincias anglófonas del país que se sienten discriminadas en comparación con la mayoría de habla francesa.

En el aspecto lingüístico, finalmente, es importante resaltar que a pesar de la presencia de las dos lenguas que representan las culturas coloniales, francés e inglés, los pueblos indígenas han mantenido sus lenguas propias. Las lenguas locales en Camerún difieren en los grupos lingüísticos del norte y del sur. En el norte del país, se hablan el *sahara*, *adamawa* y *fulfuldé*¹, mientras que, en el sur, los grupos *tikars* y occidentales hablan las lenguas bantúes (Nkengasong, 2016).

Presentamos la diversidad de lenguas esquemáticamente en el mapa que recoge el complejo panorama lingüístico del país.

¹ Marcamos aquí en cursiva los nombres de las lenguas indígenas que no recoge la RAE pero no se subrayarán en los capítulos siguientes dado que aparecen en el texto continuamente.



Mapa 2: Las lenguas locales de Camerún

1.2. Justificación de la Tesis: el uso de Internet en el mundo

Antes de contextualizar el marco teórico, es necesario justificar y delimitar el estudio que se ha llevado a cabo. Estas consideraciones previas tienen que ver básicamente con *digital divide* (Norris, 2001) o brecha digital. Norris comenta que esta denominación se popularizó a mediados de la década de 1990 como una forma de describir los contrastes entre los habitantes que tenían acceso a Internet y los que no lo tenían. Inicialmente, los parámetros que se estudiaban relativos al acceso de la población a Internet eran básicamente el índice de alfabetización y el nivel de estudios. Hoy se incluyen además la edad, género, raza, etnia, antecedentes lingüísticos y ubicación

geográfica, parámetros que se han identificado como facilitadores del acceso a este medio de comunicación. En general, el concepto de brecha digital denota el desequilibrio existente entre países o entre habitantes de un mismo país en el acceso a Internet. Como señalaron Chen y Wellman (2004), la brecha digital marca la diferencia entre los individuos y sociedades que tienen recursos para participar en la era de la información plenamente y los que no los tienen. Los mismos autores subrayan que hay un gran desequilibrio en el acceso a Internet entre las naciones ricas muy conectadas a la red global, por una parte, y los países pobres que carecen de las habilidades, los recursos y la infraestructura para iniciar sesión en la era de la información. En nuestro caso, esta investigación se centra en dos países de dos continentes que pertenecen a los dos extremos del acceso a Internet: Camerún, donde la penetración de Internet en la sociedad es de las más bajas de África, y España, con un índice de penetración de Internet muy elevado. Como Kytölä (2013) subraya, la brecha digital o el poco acceso a la red no solo conlleva no disponer de acceso a la tecnología, sino primordial y desafortunadamente, tener poco acceso a la educación.

1.2.1. Estadísticas de Internet en África: Camerún

Las estadísticas obtenidas de *Internet World Stats* (2017) muestran que África tiene 453.329.534 usuarios de Internet, un 35.2% de su población, porcentaje que representa el 9.942% del total de usuarios de Internet a nivel mundial a 31 de diciembre de 2017. En este continente, Camerún forma parte de la comunidad de Internet con 6.128.422 de usuarios de Internet, cifras que representan el 24.8% de la población. La difusión de Internet en Camerún se ha incrementado notoriamente desde el año 2015. Según Tabe (2016) la razón principal de este notable aumento en el uso de las tecnologías de comunicación en Camerún se debe a la bajada del coste de acceso a Internet, sobre todo en los teléfonos inteligentes.

Es necesario subrayar que en país es patente la popularidad de Facebook, es la red social favorita de los cameruneses: el 31 de diciembre de 2017 alcanzó la cifra de 2.700.000 usuarios; es la plataforma interactiva con más suscriptores en Camerún (Tabé, 2018). Esta es la razón principal por la que se eligió estudiar comentarios en dicha plataforma para esta Tesis Doctoral.

La tabla 1 resume el uso de Internet en Camerún de forma contrastiva con el uso de esta herramienta en el mundo:

Tabla 1: Estadísticas del uso de Internet en Camerún y países africanos, acceso en julio de 2018:

<http://www.internetworldstats.com/stats.htm>

Usuarios de Internet	Población en 2018	Usuarios de Internet recientes	Porcentaje de acceso a Internet	Población en Facebook a 31-12-2017
En África	1.287.914.329	453.329.534	35.2%	177.005.700
Camerún	24.678.234	6.128.422	24.8%	2.700.000
Total en el mundo	7.634.758.428	4.156.932.140	54.4%	2.119.060.152

1.2.2. Estadísticas de Internet en Europa: España

En España, las cifras son bastante diferentes: el 92.6% de la población del país tiene acceso a Internet. Por otra parte, el número de españoles que tienen cuenta en Facebook alcanza los 23.000.000. La Tabla 2 muestra el uso de Internet en Europa y resto del mundo para observar su incidencia en España:

Tabla 2: Estadística de la penetración de Internet en España

	Población en 2018	Usuarios de Internet a 31-12-2017	Porcentaje de acceso a internet	Población en Facebook a 31-12-2017
Europa	827.650.849	704.833.752	85.2%	340.891.620
España	46.397.452	42.961.230	92.6%	23.000.000
Total en el mundo	7.634.758.428	4.159.440.684	54.5%	2.119.060.152

1.2.3. La brecha digital en Camerún

En las tablas precedentes se aprecia que la penetración de Internet en la población de Camerún es poca, solamente el 24.8% de los cameruneses tiene acceso a la red mientras que en España la penetración de Internet en la población es del 92.6%. Estos datos afectan al estudio que mostramos por dos razones principales: porque han limitado nuestro ámbito y porque son decisivos a la hora de plantear las preguntas de investigación como veremos más adelante. En lo que respecta a la primera razón, la limitada penetración de Internet en Camerún ha sido decisiva a la hora de elegir el corpus del estudio porque otros géneros de comunicación electrónica, como por ejemplo el

correo electrónico, todavía no son de uso cotidiano en el país, lo que nos llevó a descartar, por ejemplo, la correspondencia electrónica entre las universidades e instituciones de Camerún en francés. Tras analizar las pocas opciones disponibles, se eligió el género de comunicación electrónica que presentara más casos, los comentarios en Facebook, dado que esta plataforma es la red social con más usuarios en Camerún. Así pues, el corpus en el que se basa esta Tesis Doctoral se formó con comentarios publicados en Facebook por aficionados de los clubes de fútbol más populares del país a los que hemos accedido, ya que son públicos y de libre acceso. Sin embargo, el número de comentarios publicados en estos clubes no era suficiente para la elaboración de una Tesis y se recurrió a los comentarios publicados en la página de uno de los dos futbolistas más famosos del país, Samuel Eto'o Fils, para completar el número de casos, como se explicará más adelante. Paralelamente, se recopiló un corpus de comentarios en las páginas de Facebook oficiales de los clubes con más aficionados en España: el Fútbol Club (FC) Barcelona y el Real Madrid Club de Fútbol (CF). A estos clubes se añadieron los comentarios publicados en la página del Valencia Club de Fútbol (CF).

1.2.4. Ejemplos de publicaciones en Facebook en páginas futbolísticas de Camerún y España

Las siguientes publicaciones (véanse imágenes 1 y 2) están redactadas en francés, una de las dos lenguas oficiales del país como se explicará más adelante. Estos clubes pertenecen a las zonas francófonas del país, por lo que usan el francés como lengua de comunicación principal. El último ejemplo de Camerún (imagen 3) muestra una noticia publicada en la página oficial de Samuel Eto'o donde normalmente conviven el francés, el inglés y español.

Publicaciones**Imagen 1:** Publicación del Coton Sport de Garoua**Publicaciones****Imagen 2:** Publicación del Union Sportive de Douala

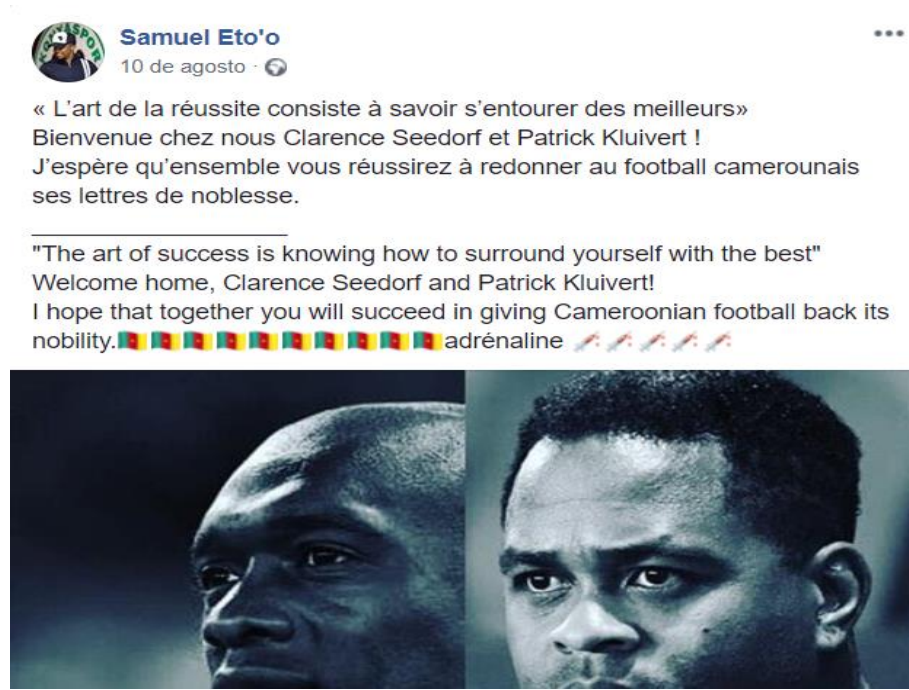


Imagen 3: Publicación de Samuel Eto'o Fils

Por su parte, en España, el carácter internacional de los clubes de fútbol se refleja en sus publicaciones. En el FC Barcelona (imagen 4) y el Valencia CF (imagen 5), las noticias de los clubes se muestran en catalán, español e inglés mientras que el Real Madrid (imagen 6) publica sus noticias en español y en inglés. Los siguientes ejemplos reflejan el estilo habitual de cada club.



Imagen 4: Publicación del Fútbol Club Barcelona



Imagen 5: Publicación del Valencia Club de Fútbol



Imagen 6: Publicación del Real Madrid Club de Fútbol

La publicación de una foto puede atraer miles de comentarios (Yus, 2014). Estas tres últimas imágenes señalan claramente que en España las páginas web de los clubes de fútbol son muy interactivas y multimodales y coexisten con otras actividades y aplicaciones mediante imágenes, enlaces y vídeos. Las páginas web se diseñan para atraer más audiencia e interactuar con personas de diferentes culturas, intercambiar opiniones, expresar emociones, aconsejar o apreciar (Peuronen, 2008). Como se muestra en los ejemplos, las páginas españolas incluyen otros canales de difusión de las actividades futbolísticas como Twitter o LinkedIn, por ejemplo. La convergencia de actividades y aplicaciones en una única plataforma es una práctica muy común en estos momentos en países desarrollados tecnológicamente (Herring, 2011).

En Camerún, por el contrario, las páginas web oficiales del *Coton Sport de Garoua* y el *Union Sportive de Douala*, los dos clubes de primera división estudiados, de los pocos que tienen páginas oficiales de Facebook en el país, recuerdan a las primeras páginas web surgidas en los años 90. La información en estas páginas es muy poco dinámica, no tienen enlaces a otras páginas o medios de comunicación y no tienen acceso a otros canales de difusión complementarios como Twitter o Instagram. Normalmente solo emplean la lengua mayoritaria del país, el francés, con pocas fotos y textos extensos. La página oficial de Facebook del jugador de fútbol Samuel Eto'o Fils, sin embargo, sigue más el estilo de las páginas de los clubes españoles por su dinamismo, textos cortos, más fotos y las publicaciones en varios idiomas, normalmente inglés y francés. Nos gustaría aclarar que esto es lo que hemos observado en el momento de la elaboración de esta Tesis Doctoral; el acceso a Internet en Camerún puede mejorar en los próximos años y el estilo de sus páginas web podría tal vez equipararse a los países europeos en un futuro cercano.

1.3. Objetivos de la Tesis

Este trabajo de investigación plantea varios objetivos generales y específicos:

- Analizar el cambio de código y la elección de lengua en comentarios escritos en comunidades de Facebook donde los participantes son bilingües y/o multilingües, como en Camerún, y en comunidades internacionales formadas por hinchas de fútbol agrupadas en un mismo entorno.
 - Explorar el multilingüismo en los comentarios de los dos países en línea y destacar las lenguas involucradas en ellos
- Evaluar la elección de lengua y el uso de lenguas globales y locales
 - Analizar las lenguas que se adoptan en cada comunidad en línea

- Comparar la frecuencia del cambio de código en estos dos países
 - Destacar qué lenguas intervienen en el cambio de código en cada comunidad
- Explorar el corpus y analizar las funciones de la elección de lengua en estos comentarios en línea
 - Examinar las estrategias o lenguas que utilizan los hinchas para crear diversas identidades futbolísticas
- Mostrar cómo entre las funciones del cambio de código encontradas prevalece la de marcar la identidad local y global de los autores.
 - Mostrar las funciones que predominan en los comentarios a la hora de presentar distintas identidades en línea

Una vez establecidos los objetivos, la siguiente sección resume los contenidos de cada uno de los grandes capítulos de este trabajo de investigación.

1.4. Estructura de la Tesis

Este trabajo de investigación se ha dividido en cinco capítulos. Después de este primer capítulo que presenta las consideraciones generales, los objetivos y la motivación de la presente investigación, el capítulo 2 aborda el marco teórico.

En el capítulo 2, la sección 2.1 sobre la comunicación electrónica expone diacrónicamente las áreas tratadas por esta disciplina, se definen las características de la interacción en Internet y se tratan términos clave como la distinción entre discurso oral o escrito, comunicación sincrónica o asíncrona y finalmente se identifica lo que llamamos texto escrito oral u oralizado. Esta sección detalla los estudios sobre la comunicación electrónica en Camerún y España. La sección 2.2 se centra en el multilingüismo: su definición y sus características en los intercambios en línea. A continuación, se describe el panorama lingüístico de Camerún y España. En la sección 2.3, explicamos lo que entendemos por identidad, cómo se crea y se gestiona en grupo y en línea siguiendo la bibliografía más actual. Mostramos también el papel que el inglés tiene en Internet como lengua franca en línea. La sección 2.4 habla de la red social Facebook, su origen y sus características. En esta plataforma los participantes crean varios tipos de identidades: personales, colectivas y multilingües. La sección 2.5 aborda las propuestas teóricas, los tipos, las funciones y las características lingüísticas del cambio de código. Por último, en la sección 2.6, se examina el fútbol como deporte para la creación de la identidad nacional; nos centramos en la identificación con equipos nacionales y locales de Camerún y España.

El tercer capítulo comienza con el detalle de las preguntas de investigación, presenta el corpus de esta Tesis, los planteamientos metodológicos y los parámetros que se han estudiado. La sección 3.2 se centra en la descripción del corpus en los dos países; la sección 3.3 define el método de análisis de este corpus; la 3.4 explica las características del programa WordSmith y cómo se ha explorado el corpus con esta herramienta de análisis textual; en la sección 3.5 se describe el corpus según el modelo de Herring (2007) y en 3.6 se delimitan los parámetros del estudio.

El cuarto capítulo analiza e interpreta los resultados en profundidad basándose en los objetivos y las preguntas de investigación ya establecidos y la parte teórica en la que basamos este trabajo. Los resultados se presentan en tablas y figuras para su mejor comprensión. Una selección de ejemplos de comentarios ilustra los datos obtenidos en el análisis. La sección 4.1 destaca los resultados de la elección de lengua en las comunidades futbolísticas en línea; la 4.2 muestra los resultados del CC y las lenguas utilizadas junto con su función; la 4.3 resume la interpretación de los resultados del estudio manual. La sección 4.4 explora la frecuencia y los porcentajes de los resultados con WordSmith.

El quinto capítulo concluye el estudio, se presentan las conclusiones de los resultados más relevantes del trabajo de investigación realizado a partir de las preguntas de investigación establecidas en el capítulo 3. La sección 5.2 de este capítulo conclusivo presenta las limitaciones de esta investigación y las futuras líneas de trabajo que han surgido de esta Tesis Doctoral.

Finalmente, se muestran las referencias bibliográficas o fuentes generales consultadas para la realización de este estudio.

Las notas y los dos anexos finales recogen las aclaraciones o traducciones de algunas palabras en lenguas locales de Camerún y seis anexos donde se incluyen más ejemplos del corpus de comentarios recogidos en las páginas oficiales de clubes de fútbol de los dos países.

Capítulo 2

Marco teórico

2.1. La comunicación electrónica

La comunicación electrónica (CE) hace referencia a la transmisión o recepción de cualquier mensaje de lenguaje natural a través de una conexión de Internet mediante el ordenador o dispositivos móviles (Baron, 2003, 2011). Como afirma Paolillo (2011), la comunicación electrónica es una colección heterogénea de tecnologías que admite muchos tipos de actividades comunicativas que se han estudiado desde distintas perspectivas en los últimos 30 años. A continuación, destacamos las etapas de la evolución de los estudios sobre la comunicación electrónica llevados a cabo en las tres últimas décadas. Sin duda, es patente el hecho de que estos estudios se limitaron casi exclusivamente a la comunicación electrónica en lengua inglesa durante las primeras décadas; en la última década, como indicamos aquí, la investigación ha evolucionado hasta alcanzar una dimensión más global.

En un primer momento, las publicaciones sobre la comunicación electrónica trataron sobre todo cuestiones técnicas, véanse, por ejemplo, los trabajos de Hiltz y Turoff (1978). A partir de los años 80, ya se incluyen investigaciones de índole lingüística con el auge del uso del correo electrónico en las empresas. En esta segunda

generación se desarrolla la Teoría de la Riqueza Informativa que permite comprender el comportamiento de la información y presenta la comunicación electrónica como una forma de conversación empobrecida o baja, diferente de la comunicación interpersonal y directa, mucho más rica, que permite la observación simultánea de múltiples señales, el lenguaje corporal, la expresión facial y el tono de voz (Daft y Lengel, 1984). Este enfoque caracterizaba la comunicación electrónica por su ausencia de pistas, destacando así la falta de información paralingüística. Estudios posteriores cuestionaron esta visión empobrecida de la comunicación electrónica y subrayaron el papel de un contexto institucional y social concreto, a la hora de que la interacción lingüística realizada a través de estos medios adquiriera su plena significación.

En la tercera generación de los años 90, los estudios puramente lingüísticos logran más peso. En esta década son decisivas varias publicaciones que han sido referentes en los estudios posteriores sobre esta disciplina. En lugar destacado está el primer número especial que la revista *Written Communication* dedicó a la comunicación electrónica en 1991. En él, autores como Ferrara et al. (1991) y Murray (1991) tratan de la oralidad y la naturaleza híbrida del discurso electrónico. Más adelante, Maynor (1994) habla de que el correo electrónico es un *written speech* o discurso escrito. En esta década, la publicación editada por Herring (1996) recoge varios de los artículos clave de los comienzos de esta disciplina en los que se describe esta nueva variedad híbrida del inglés, mitad discurso escrito, mitad oral. El artículo de Baron (1998) sobre el correo electrónico cierra esta década con un exhaustivo estudio donde se resalta que la comunicación electrónica constituye un medio de comunicación informal con abundantes faltas de ortografía y usos retóricos de la puntuación para suplir la información paralingüística y prosódica.

El nuevo siglo comienza con la publicación de la obra de Baron (2000) *Alphabet to Email* que es una reflexión profunda sobre la evolución de la escritura hasta nuestros días. En este manual se destaca que el correo electrónico es como una lengua criolla, en otras palabras: “an emerging language centaur - part speech part writing” (2000: 248) que está en proceso de normalización.

La cuarta fase sería la que trata interacciones en lenguas diferentes del inglés. El estudio que nos ocupa formaría parte de la cuarta generación de estudios sobre la comunicación electrónica: la comparación entre lenguas y la exploración de lenguas diferentes del inglés. Esta fase comienza con los trabajos de autores como Lan (2000) y Yongyan (2000) quienes comparan lenguas asiáticas con el inglés. En cuanto al español, Cervera (2001) destaca la influencia de varios registros en la comunicación electrónica y muestra una relación estrecha y una implicación de principios comunes entre oralidad y escritura.

En los años posteriores, con el advenimiento de las redes sociales y las tecnologías Web 2.0 (O'Reilly, 2007; Orihuela, 2008; Herring, 2013), se cuestionan dicotomías tradicionalmente aplicadas a la comunicación electrónica como comunicación asíncrona y sincrónica e incluso pública versus privada. Las redes sociales ofrecen una combinación de modos de comunicación y espacios en el mismo sitio web. Por ejemplo, las comunicaciones en Facebook pueden ser públicas o privadas dependiendo de la configuración y pueden englobar varios canales de comunicación como llamadas, mensajes privados, etc. Desde 2006, las redes sociales, especialmente Facebook y Twitter, se han convertido en sitios de investigación populares en la comunicación electrónica (en adelante CE); (véase, por ejemplo, Lampe et al., 2006; Bouvier, 2012; Pérez-Sabater, 2011; López Quero, 2013, 2017).

En los siguientes apartados de esta sección, se destacan los rasgos de la comunicación escrita y oral y la comunicación electrónica en África y España.

2.1.1. El texto escrito oral

El lenguaje de las interacciones por Internet se ha llamado de varias maneras. Para definir y describir el texto escrito con rasgos orales, propio de Internet, exponemos ahora algunos de los términos más utilizados. Al principio de los estudios de la disciplina, Maynor (1994) acuñó uno de los que más ha pervivido, “written speech”. Baron (2000:248) comentaba que la escritura del email era “...an emerging language centaur—part speech, part writing”. Por otra parte, Crystal (2004:25) hablaba de “write the way people talk”; afirma que la lengua de Internet es algo más que la suma de rasgos escritos y orales; es lo que denomina “Netspeak”, una nueva especie de comunicación. Es un término que pretendía unificar los nombres usados para referirse a la lengua común en Internet. En opinión de Crystal, el término, *Speak* o habla de la palabra *Netspeak* implica escribir y hablar, dado que Internet es un medio escrito y relaciona el habla con la escritura. Yus (2001; 2010: 36) habla de “texto escrito oralizado” y lo define como la “deformación textual, básicamente referida a la repetición de letras y signos de puntuación, además del uso de los famosos emoticonos”. Yus, además, usa este término para referirse a los textos que tenemos en la pantalla como mensajes “híbridos” que están “entre la estabilidad y rigidez del soporte escrito, por un lado, y la espontaneidad y cualidad efímera del habla, por otro” (Yus, 2010:11). En esta tónica, Briz (2014:77) informa de que la hibridación significa “lo escrito como si se hablara” y se realiza por ejemplo en ciertos géneros discursivos, en algunos géneros propios de la comunicación electrónica como: Facebook, Tuenti o mensaje de móvil. Este autor intenta mostrar que en lo escrito mediante dispositivos electrónicos hay reflejos de lo oral coloquial mediante móviles, especialmente en mensajes de los jóvenes.

Las características del “texto escrito oralizado” serían: la repetición de letras, elipsis, reduplicación de signos de puntuación y su uso creativo, ortografía fonética y todas las deformaciones textuales propias de la comunicación por internet. Asimismo, este tipo de texto oral se caracteriza por expresiones muy cortas, intercambios dinámicos, conversaciones efímeras y el uso de emoticonos (véanse Crystal, 2004; Panckhurst, 2007 y 2010; Farina y Lyddy, 2011). Según Baron (2010), haciendo referencia a sus estudios anteriores en el tema, la comunicación por Internet presenta una mezcla clara de rasgos propios de la oralidad y la escritura al mismo tiempo. Se parece a un discurso oral porque incluye muchos pronombres de primera y segunda persona, el uso del presente de indicativo y contracciones; su nivel de formalidad es generalmente bajo y la lengua usada puede ser grosera o incluso obscena. Al mismo tiempo, la CE tiene claros rasgos de la escritura: perdura en el tiempo, permite la revisión de lo que se envía, los interlocutores pueden estar en lugares separados y presenta riqueza léxica y sintaxis compleja, entre otras características. Para algunos analistas, el marcado carácter oral de la CE supone la destrucción de la escritura y la lengua, ya que favorece un estilo de comunicación donde las reglas gramaticales, ortográficas y sintácticas no se cumplen (véase por ejemplo Tagliamonte, 2016).

En los últimos años, hay que destacar que los estudios sobre la comunicación electrónica se amplían y dejan de limitarse a la caracterización de rasgos orales o escritos y van más allá tomando en consideración aspectos sociolingüísticos y las implicaciones sociales de este nuevo género de comunicación (véase, entre muchos, Thurlow y Poff, 2011; Olsen, 2013; Locher y Bolander, 2014; Tagg, 2014; Yus, 2014; Tagg y Seargeant, 2016).

2.1.2. Estudios sobre la comunicación electrónica en África

En relación con la brecha digital en el mundo (sección 1.2.3), la mayor parte de África aún no se beneficia de un acceso adecuado a Internet. En palabras de Oyedemi (2012) los centros educativos africanos se enfrentan al gran reto de incorporar Internet a las actividades diarias de sus instituciones, sobre todo en la universidad. Al respecto, la investigadora nigeriana Etim (2006) muestra los esfuerzos realizados por la Asociación de las Universidades Africanas para fomentar la cooperación universitaria a través de Internet. Esta autora señala que la conexión a Internet se ha convertido en un requisito en la educación superior en África, aunque muchas instituciones no disponen de, por ejemplo, cuentas de correo para que estudiantes y profesores se comuniquen habitualmente mediante esta herramienta ni, en muchos, tampoco se dispone de conexión a Internet generalizada en los recintos universitarios.

Por este motivo, en muchas universidades africanas aún no se utiliza esta red diariamente debido a que la conectividad es muy lenta y no siempre está disponible en móviles o dispositivos portátiles. Además, los usuarios de las redes no interactúan con frecuencia por la escasez de conectividad que limita su acceso diario a la web. Esto repercute directamente en nuestro estudio porque las páginas web que hemos estudiado son mucho menos dinámicas que en otros continentes.

A pesar de estos problemas derivados de la brecha digital, hay varios estudios que podemos destacar sobre la comunicación electrónica en el continente. En muchos casos, estos trabajos hablan de interacciones en varios idiomas, dado el carácter multilingüe de muchas zonas de África como explicaremos más adelante. Por ejemplo, Chilwa (2010a, 2010b) examina si el inglés de las llamadas cartas nigerianas o fraudulentas tiene realmente características de la lengua hablada, hábitos lingüísticos y prácticas socioculturales de dicho país. Junto con Taiwo (2012), Chilwa editó un manual (Taiwo y Chilwa, 2012) donde se recogen varios capítulos que describen y sintetizan algunos de los mejores trabajos sobre las prácticas discursivas en el continente: Taiwo (2012) observa las formas y las funciones de los insultos en varios foros de discusión africanos; Adetunji (2016) muestra la construcción de identidad mediante el análisis de dos actuaciones cómicas de Joan Rivers en Youtube para destacar algunas de las formas lingüísticas específicas de comedia: repetición, aclaraciones, expresiones figurativas, etc. Ifukor (2012) examina las relaciones pragmáticas en varios perfiles de Facebook en Nigeria. Kajee (2012) desarrolla cómo la tecnología puede mejorar la enseñanza y el aprendizaje de inglés en Sudáfrica. Chaka (2012) muestra la forma en que algunas plataformas para teléfonos móviles pueden favorecer la sociabilidad. Estos trabajos subrayan que las tecnologías de la información promueven la educación, la pluralidad política y la economía en el continente. A pesar de esta investigación pionera, autores como Olaniran et al. (2012) sostienen que es imprescindible adoptar medidas para mejorar los estudios sobre la comunicación electrónica en África. Esta Tesis Doctoral quiere contribuir al estudio de la comunicación electrónica en este continente para reducir la falta de investigación señalada por los académicos (Chilwa, 2010a, 2010b; Chaka, 2012; Ifukor, 2012; Taiwo y Chilwa, 2012).

2.1.3. La comunicación electrónica en Camerún

En Camerún, Willinsky et al. (2005) destacaban entonces la poca repercusión de Internet en la universidad camerunesa, pero mucho ha cambiado el país al respecto en la última década. El impacto de Internet en las universidades es cada vez mayor y poco a poco va ocupando su lugar en estas instituciones, aunque su penetración en el mundo académico es todavía muy inferior al de Europa, Norteamérica y parte de Asia. Los

estudios rigurosos sobre la comunicación por Internet en Camerún presentan dos vertientes: los publicados por académicos que desarrollan su labor en universidades extranjeras, particularmente europeas, y las investigaciones sobre la CE del país realizadas por académicos que trabajan en Camerún. De estas destacamos las siguientes: autores como Feussi (2007), Tabe (2008) y Mbah (2010) han llevado a cabo los estudios sobre este campo. Feussi (2007) analiza las prácticas discursivas del francés de Camerún en los mensajes de texto, correos electrónicos y chats y las elecciones lingüísticas conscientes de grafía y léxico. Según Tabe (2008), existe un discurso relativamente nuevo en el mundo. Esta autora informa de que las personas usan el correo electrónico más que otras formas de interacción por Internet y esto da cuenta de su relevancia. Mbah (2010) destaca el impacto de las tecnologías de la información y la comunicación (TIC) en la enseñanza y el aprendizaje, y el papel que las nuevas tecnologías tienen en la mejora del aprendizaje en la universidad comparando su uso entre hombres y mujeres. Tabe (2016) analiza las estrategias lingüísticas de efecto humorístico en el correo electrónico de Camerún, Facebook, Yahoo Messenger y SMS de teléfonos móviles. Mediante el humor, se busca agradar al interlocutor a la vez que mantener los valores culturales del país. Tabe (2018) examina los mecanismos de formación de palabras en inglés en las redes sociales Facebook y Yahoo Messenger y explica el papel de varios procesos morfológicos en la interacción en Camerún; en concreto, préstamos, neologismos, onomatopeya, sustitución, abreviaturas, reduplicación y emoticonos. Asimismo, Pérez-Sabater y Maguelouk Moffo (2018) analizan las cartas de bienvenida en las páginas web de las universidades de Camerún y destacan la formalidad de las prácticas discursivas de este país africano en comparación con universidades de países europeos.

Concluimos esta sección con las reflexiones de Feussi (2007:80) sobre el análisis de las prácticas discursivas del francés de Camerún y sobre la repercusión de la CE en las prácticas discursivas de esta sociedad multilingüe y plurilingüe. Según este autor, las novedades ortográficas y léxicas observadas en mensajes de texto, correos electrónicos o chats en francés son claros ejemplos de la evolución de la lengua en Camerún, que evoluciona a la par que las nuevas tecnologías:

La communication électronique en français s'inscrit alors dans une logique: une compétence dans la manipulation d'outils multimédias pose l'utilisateur dans une relation directe et palpable avec le présent, avec l'actualité. Cette dernière est d'ailleurs changeante, imprévisible, instable, comme l'est l'évolution des NTIC (Nouvelles Technologies de l'Information et de la Communication).

Así pues, es bien cierto que las tecnologías de la información evolucionan constantemente y la lengua que utilizamos para comunicarnos en ellas también cambia, de ahí la necesidad de documentar cómo nos comunicamos realmente en la actualidad mediante estudios lingüísticos.

2.1.4. La comunicación electrónica en España

Desde 1998, la población hispanohablante en Internet ha aumentado drásticamente, así como el número de trabajos sobre los intercambios comunicativos en español en la red. En España, los estudios sobre el lenguaje de Internet comenzaron a ser rigurosos a finales de la década de los años 90. Por ejemplo, Marcos Marín (1998) presenta cómo se utiliza la lengua española en Internet y destaca los rasgos del español en el ciberespacio; se detalla cómo Internet afecta nuestra forma de escribir en la red debido a las profundas revoluciones provocadas por este medio de difusión tecnológico en la forma de leer y escribir en la actualidad. Según Marcos Marín (2001: 26), “Internet es uno de los foros donde el español se juega su futuro” por el acceso de los ciudadanos a la información y porque la administración pública española coloca a España entre los cinco primeros países en esas aplicaciones de Internet. Cassany (2000) señala que lo digital ha sustituido a lo analógico en el ámbito pragmático (diversidad cultural, acceso ilimitado a la información, interacción simultánea), ámbito discursivo (hipertextualidad, textos abiertos, géneros nuevos como los chats) y en el ámbito del proceso de composición (ingeniería lingüística, descarga cognitiva, énfasis en lo estratégico).

Muchos de los análisis publicados detallan las características de los textos intercambiados por Internet y teléfonos móviles, lo que Yus (2001) denomina texto escrito oralizado. A este respecto Cervera (2001: 2) afirma al respecto que:

(...) el lenguaje usado en las nuevas tecnologías se surte de registros muy variados. Pero, a pesar de todos los tecnicismos, términos informáticos, anglicismos, siglas e innovaciones simbólicas, icónicas y tipográficas, la lengua coloquial ha irrumpido con formas especiales en la comunicación electrónica.

Además, en la misma línea, algunos trabajos en el ámbito de la lengua española como, por ejemplo, Montero-Fleta et al. (2009) y Pérez-Sabater (2012) se centran en la informalidad de estas prácticas comunicativas, estudiando el correo electrónico, los foros de periódicos y la red social Facebook principalmente.

Yus (2001) muestra cómo se usa e interpreta la información en el contexto específico de Internet y analiza las interacciones entre usuarios de la red en diferentes

plataformas. Sanz Álava (2006) analiza los rasgos orales y escritos del correo electrónico profesional y académico. Pérez-Sabater et al. (2008) exploran las características formales e informales en los correos electrónicos basados en un conjunto de mensajes intercambiados por instituciones académicas y estudian las similitudes y diferencias en función de su modo de comunicación (uno a uno o uno a muchos) y lengua materna del remitente (nativa o no nativa). Montero-Fleta et al. (2009) comparan el idioma utilizado en cuatro foros asíncronos escritos en línea en inglés, español y catalán sobre fútbol y política. Montero-Fleta et al. (2010) examinan la CE en comentarios deportivos escritos en línea que se basan claramente en géneros orales de los comentarios de deportes de radio y televisión. Sixto García (2010) subraya que Facebook y Tuenti son las redes sociales que cuentan con mayor número de usuarios en España porque comparten muchas posibilidades comunicativas como, por ejemplo, invitar a amigos, subir fotos, vídeos, enlaces o chat. Bou-Franch (2011) explora la variación en las prácticas discursivas empleadas para abrir y cerrar correos electrónicos en el contexto universitario. Tascón y Cabrera (2012) comentan que, en la red, el código del mensaje debe respetar las normas establecidas, aunque se dirija siempre a un grupo de personas indeterminadas. Bou-Franch et al. (2012) examinan la coherencia en un corpus de publicaciones de YouTube en español para mostrar el potencial de conversación de esta plataforma. Lorenzo-Dus y Bou-Franch (2013) comparan la formalidad e informalidad de correos electrónicos académicos en español peninsular e inglés británico.

Recientemente, el foco de atención ha recaído en las redes sociales y sus características discursivas principales. Es de especial relevancia y actualidad el estudio del discurso de WhatsApp, la herramienta de comunicación más importante en el país; al respecto véase, por ejemplo, Sampietro (2016) y Pérez-Sabater (2019).

Un tema vibrante en la comunicación electrónica es el multilingüismo como práctica habitual en los entornos comunicativos por Internet. En especial, es significativo cómo las lenguas se entremezclan en las plataformas más populares de comunicación como Facebook, de ahí el estudio que tratamos en esta Tesis Doctoral.

2.2. El multilingüismo

Varios autores definen el multilingüismo como el uso de más de un idioma o la competencia en el uso de más de una lengua (Clyne, 1998, 2004; Doppelbauer, 2008; Franceschini, 2009; Kemp, 2009; Ngefac, 2010; Cenoz, 2013). Estos autores abordan el multilingüismo desde diferentes perspectivas: Clyne (1998) sugiere que el término multilingüismo puede referirse a la situación lingüística en una nación o en la sociedad en general. A nivel individual, este término se incluye bajo el paraguas del bilingüismo.

A nivel social o nacional, Clyne distingue entre multilingüismo oficial y de facto o real. Por ejemplo, en Canadá, aunque hay dos idiomas oficiales, el inglés y el francés, la mayoría de los canadienses usan solo uno. Las lenguas de los inmigrantes que se han mantenido durante varias generaciones y las de los nativos canadienses son las que realmente hacen que el multilingüismo de Canadá sea real. Clyne sostiene que el multilingüismo social se crea por factores contextuales como la migración internacional, el colonialismo, las fronteras internacionales y la difusión de idiomas internacionales.

Por otra parte, Franceschini (2009) habla de varios tipos de multilingüismo: discursivo, social, institucional e individual (véase también el estudio similar de Cenoz, 2013). En el ámbito discursivo, hablamos de multilingüismo al referirnos al dominio de varias lenguas, dialectos regionales y/o lenguas de signos. En el ámbito social e individual, un grupo (una institución o una sociedad) puede identificarse con más de una lengua o una variedad lingüística. En este caso, la lengua está en relación con la identidad individual y social. A nivel institucional, el multilingüismo puede ser una herramienta comunicativa de enseñanza en las escuelas europeas, por ejemplo. Para Kemp (2009), el multilingüismo individual y social está íntimamente relacionado, de modo que la pertenencia al grupo puede cambiar con el tiempo a medida que evoluciona la identidad social. En este sentido, los individuos negocian su propia identidad y la de las comunidades en las que interactúan.

En esta sección, una vez abordado qué entendemos por multilingüismo, nos centraremos en el multilingüismo en África siguiendo a Fardom y Furniss (2002), Simpson (2008), McLaughlin, (2008) (2009a), Vold Lexander (2011), Deumert y Vold Lexander (2013) y Wolff (2018).

En el contexto africano, Fardom y Furniss (2002) afirman que el multilingüismo es una práctica habitual y aceptable en las comunidades africanas, es la lengua franca de África. Entendemos por lengua franca aquella que sirve para la comunicación entre personas que comparten lenguas maternas diferentes (véase Samarin, 1987). Wolff (2018) señala que África tiene un alto grado de multilingüismo territorial, institucional, sociocultural e individual, con más de 2.000 lenguas indígenas, varios idiomas importados de las metrópolis en la época colonial y un segundo grupo de lenguas nacidas en zonas urbanas. Simpson (2008) se refiere a este segundo grupo de lenguas como “second set of mixed languages”. A este complejo entramado lingüístico hay que añadir el hecho de que varias lenguas africanas como en el caso del suajili se han expandido a nuevas zonas donde antes no se hablaba; son ahora las nuevas lenguas francas que siempre se utilizan en paralelo con las lenguas de las antiguas metrópolis coloniales, básicamente inglés, francés y portugués (Simpson, 2008). Así, el suajili en Tanzania es un ejemplo de proyección de la lengua nacional africana en un contexto multiétnico que

se ha propagado fuera de su territorio original. En Senegal, como señala McLaughlin (2008), el wolof es la lengua materna del 40% de los senegaleses y se utiliza como primera lengua; el 40% de la población de Malí habla bambara como lengua principal; en Congo tenemos el caso del lingala (Bokamba, 2009). Las lenguas de los países mencionados son lenguas indígenas de una parte de la población del país que ahora se conocen y se usan por la mayoría de la población de ese país. Simpson (2008) defiende que se debe promover el uso de las lenguas autóctonas africanas tanto en contextos informales como formales y que estas pasen a ser el verdadero idioma nacional y oficial, desmarcando a las lenguas oficiales de origen colonial.

2.2.1. El multilingüismo en Camerún

En Camerún, dos idiomas oficiales, el inglés y el francés, entraron en la escena lingüística en 1916 cuando Gran Bretaña y Francia dividieron este país en dos partes desiguales después de derrotar a las fuerzas alemanas (Echu, 2004). Según Echu, los colonizadores intentaron imponer sus lenguas en el territorio recién adquirido, tanto en la educación como la administración. De ahí el establecimiento de las dos zonas del país con dos idiomas coloniales oficiales distintos, una situación lingüística que no se modificó después de la independencia del país en 1960. Durante la reunificación de las dos excolonias en 1961 se acordó mantener estas dos zonas lingüísticas diferenciadas: la zona anglófona abarca dos provincias mientras que la francófona es mayoritaria, englobada en ocho provincias. Así pues, la implementación del bilingüismo oficial en todo el territorio presenta un desequilibrio en el uso de ambos idiomas oficiales: el francés es el idioma oficial dominante, mientras que el inglés está relegado a un segundo lugar en el Estado (Féral, 1989). Este desequilibrio es causa de conflictos que surgen en Camerún cada cierto tiempo (Anchimbe 2016). Nzessé (2008) señala que el francés es la lengua dominante (la enseñanza, administración del estado, medios de comunicación nacionales, etc.) y el inglés, la dominada. En general, el bilingüismo oficial camerunés no implica que se usen regularmente los dos idiomas oficiales, sino que mayoritariamente se emplee únicamente uno de los dos, normalmente el francés dado que el 80% de los cameruneses son francófonos y el inglés está limitado al 20% de la población. En el caso de los hablantes anglófonos, por razones socioeconómicas, la necesidad de expresarse en francés en círculos oficiales les obliga a aprender y dominar la lengua mayoritaria de la administración del estado (Nzessé, 2008). Bobda y Fasse Mbouya (2005) señalan que un camerunés anglófono habla con fluidez normalmente estas lenguas todos los días: una o más lenguas del ámbito familiar o local, pidgin inglés (lengua que describimos en 2.2.1.2), inglés y francés.

Además de los idiomas oficiales, existen muchas lenguas indígenas, más de 240, y varias lenguas creoles o criollas o pidgin (Echu, 2003, 2004; Féral, 2012). Ante tal cantidad de lenguas indígenas, los investigadores no se ponen de acuerdo en cuántas se hablan en Camerún exactamente; no pueden decir con precisión el número de lenguas autóctonas que se hablan. En este sentido, el número de estas lenguas indígenas varía según los autores. Por ejemplo, Echu (2004) habla de 247 lenguas indígenas, Kouega (2003) afirma que existen más de 200 lenguas, Ngefac (2010) apunta que hay más de 285 lenguas indígenas con diferentes estatus y funciones en la sociedad y Kouega y Aseh (2017) detallan más de 250 lenguas ancestrales diferentes en Camerún.

En esta situación diglósica (Blas Arroyo, 2007), cada zona de Camerún tiene más de dos lenguas de comunicación básicas (véanse mapas 1 y 2 en la introducción): la lengua local y la oficial de su provincia; existen, además, otras lenguas que comparten el espacio con estas dos y que se usan para propósitos diferentes (Echu, 2003 y Anchimbe, 2006). Biloa y Echu (2008) clasifican las lenguas de comunicación en función de las provincias en que se usan a nivel étnico o local, regional o nacional, como bassa, beti-fang (hablado en el centro, sur y este), el douala, fe'fe y fulfuldé (hablado en el norte, extremo norte y Adamawa donde se utiliza como lengua del Islam), ghomala (oeste), hausa y kanuri (norte), mungaka (noroeste), wandala, shuwa arábico y pidgin inglés de Camerún (hablado en todas las provincias del país e incluso en zonas que comparten la frontera con Nigeria). De hecho, aparte de las tres provincias del norte (donde fulfuldé prospera como lengua franca) y las dos provincias anglófonas (donde pidgin inglés es la propia lengua franca), el francés desempeña el mismo papel de lengua franca en las otras cinco provincias francófonas del país.

Sin embargo, el estatus de estas lenguas no alcanza la aceptación social de las lenguas de las excolonias. Al respecto, Ngefac (2011) sostiene que las lenguas locales se limitan al nivel familiar o entre amigos y no es sorprendente que en Camerún poscolonial las lenguas indígenas a veces se traten con desprecio e indignación. Anchimbe (2011) subraya que el colonialismo tuvo dos impactos significativos en el panorama lingüístico del país: en primer lugar, introdujo idiomas cuyas funciones difieren de las lenguas indígenas locales; son las lenguas de la educación y el estado. En segundo lugar, el colonialismo dio lugar a la creación de nuevas identidades lingüísticas y sociales. La llegada del francés y el inglés cambió la identificación étnica anterior en el sentido de que ahora los cameruneses no se identifican con su lengua indígena sino con la lengua ex colonial de su provincia, ya no son hablantes de bassa o fulfuldé, sino anglófonos o francófonos.

Una de las razones principales por la que las lenguas indígenas están relegadas a un segundo plano es por el hecho de que los cameruneses no encuentran en estas una

promesa económica clara ni oportunidades de empleo como es el caso de las lenguas oficiales (Anchimbe, 2013). Las clases medias prefieren que sus hijos tengan una educación internacional y aprendan inglés y francés para que prosperen. A pesar de esta gran variedad de lenguas, como ya hemos dicho anteriormente, las lenguas indígenas no tienen relevancia académica, económica o social; se restringen al ámbito familiar e informal.

2.2.1.1. Camfranglais

Este término fue creado por el profesor Ze Amvela (1989) para distinguir entre la nueva lengua que se estaba desarrollando en Camerún y lo que entonces se llamaba *franglais*. Según Kouega (2003), el *camfranglais* se popularizó después de la reunificación de 1961, cuando el inglés se convirtió en el otro idioma oficial de Camerún y pasó a ser una asignatura obligatoria en todas las clases de secundaria de habla francesa. Diferentes autores proponen varias definiciones de este término. Por ejemplo, Kießling (2005) lo define como una mezcla de francés e inglés de Camerún. Kouega (2009) define el camfranglais como una variedad del francés que se creó y se utiliza por jóvenes de secundaria en Camerún para interactuar entre sí y para excluir a aquellos que no forman parte del grupo. Telep (2014) señala que el camfranglais es un estilo vernáculo que se usa a menudo en situaciones de comunicación familiar y se caracteriza también por los préstamos de lenguas indígenas, especialmente términos que han sufrido modificaciones como truncamiento o derivaciones semánticas. La definición más difundida es la de Kouega y Aseh (2017) quienes señalan que el camfranglais es una lengua mixta cuya sintaxis sigue el estándar del francés y cuyos elementos léxicos se extrajeron del francés, el inglés y lenguas locales camerunesas.

Féral (2004) enumera las diferentes formas de referirse al camfranglais: *francanglais*, *francamanglais*, *francam*, *camanglais*, *francamerounais*, *fran-anglais*, “francés camerunés”; en Féral (2012) se añaden otras denominaciones como el “francés de los jóvenes”, “el francés del barrio”, “el francés de moda” o “el francés de los famosos”.

Francanglais se utiliza en cualquier contexto informal (aulas universitarias, en el mercado, en la familia, en la calle), es la lengua de la solidaridad entre familiares y vecinos, que marca la pertenencia a la misma comunidad. Además, este autor añade que es un medio de comunicación grupal, que sirve para construir y cruzar las fronteras de un grupo, para crear lazos de amistad y para facilitar la inclusión o exclusión de personas en un determinado grupo (Feussi, 2007).

Varios estudios han demostrado que se puede usar el camfranglais para crear distintas identidades en Camerún (Féral, 2004, 2012; Biloa y Echu, 2008; Kouega, 2009). Según Féral (2004), el camfranglais es la lengua que marca la identidad nacional de los jóvenes francófonos, el nuevo símbolo de la identidad camerunesa (Biloa y Echu, 2008). Normalmente, los hablantes de esta lengua tienen un buen conocimiento del francés y también tienen, al menos, conocimientos básicos de inglés.

Esta lengua no está normalizada, no tiene diccionarios ni gramáticas que marquen los estándares. Por tanto, no existe escritura normalizada y cada usuario la escribe como quiere, normalmente siguiendo las pautas del francés. Es importante resaltar que esta lengua de relativamente nueva creación está remplazando a las lenguas indígenas a paso acelerado, especialmente en las grandes ciudades francófonas del país (Feussi, 2007).

2.2.1.2. Pidgin inglés

Una lengua *pidgin* se define como la lengua materna o la lengua natural de un segmento de la población considerada criolla (Samarin, 1968). Le Page y Tabouret-Keller (1985: 17) explican que un pidgin es una lengua que se desarrolla como una lengua franca entre hablantes de diferentes lenguas cuando se reúnen bajo ciertas condiciones. Según Sebba (1997, 2013), el pidgin es diferente del inglés de modo que un hablante nativo de inglés debe aprenderlo para ser capaz de entenderlo y hablarlo correctamente. En Camerún, al igual que el francés, el pidgin inglés es una de las lenguas de comunicación más utilizadas para facilitar la comunicación entre personas de diversos grupos étnicos en contextos sociales, económicos y religiosos (Echu, 2003). Echu informa de que el pidgin inglés sigue siendo el idioma de la interacción diaria en situaciones informales, en la música popular y se usa también para hacer bromas y para expresar ciertos tabúes. El pidgin inglés es la lengua de la familia, el lugar de trabajo, la escuela, la religión, los tribunales, los medios de comunicación y los lugares públicos, pero solo a nivel oral, raramente se escribe, únicamente en algunas biblias evangélicas (Kouega y Aseh, 2017).

También llamado *kamtok* por algunos lingüistas (véase Ngefac, 2010), esta lengua criolla se habla principalmente en las dos provincias anglófonas de Camerún y las dos provincias francófonas adyacentes a estas, es decir, en las regiones del litoral y del oeste. Está fuertemente asociada con la comunidad de habla inglesa porque la mayoría de habla francesa no le da ninguna importancia y continúa ignorando su existencia a pesar de su uso generalizado en muchas partes del país (Biloa y Echu, 2008). Debido a las disputas políticas que conllevan o están originadas en disputas lingüísticas

en Camerún, autores como Féral (2004) sostienen que el pidgin inglés solo se habla en una pequeña parte del área de habla francesa y que frecuentemente se le añaden etiquetas peyorativas como: “la lengua de los no escolarizados”, “la lengua de los Bamileke”, “la lengua de la región de Douala”, “la lengua comercial”, “el inglés malo” o “la lengua de los anglófonos”.

Según Ngefac (2010), al igual que muchas lenguas indígenas de Camerún, Kamtok está relegada a un segundo plano, no tiene carácter oficial, pero sirve de lengua principal de comunicación hablada en gran parte del país. De ahí que autores anglófonos como Echu (2003) distingan cuatro variedades de pidgin inglés de Camerún según la zona donde se habla: la variedad grassland hablada en la provincia de noroeste, la variedad bororo hablada por los bororo en el norte, la variedad costera hablada en la provincia suroeste y la variedad francófona hablada por francófonos. Otros investigadores como Ekanjume-Ilongo (2016) hablan de cinco variedades. Para esta Tesis Doctoral nos referiremos al pidgin inglés como una lengua criolla como tal, sin tener en cuenta las variedades establecidas por los autores anteriores dado que no existe unanimidad al respecto.

Por otra parte, aunque no le podemos dar una sección propia en esta Tesis Doctoral, *mbokotok*, de *mboko*, persona irresponsable o vagabundo, y *tok*, pidgin que significa lengua, es una lengua de reciente creación que veremos en la sección de resultados. Esta nueva lengua inventada se considera la lengua de personas con antecedentes morales dudosos. En palabras de Ngefac (2010), *mbokotok* es la lengua de las personas sin oficio y de dudosa reputación, que ejercen todo tipo de actividades, especialmente comerciales de muy bajo nivel y, en muchos casos, también ilegales.

2.2.2. El bilingüismo y el contacto de lenguas en España

El bilingüismo es la extensión del uso de lenguas étnicas, nacionales e internacionales en el ámbito de la comunidad y del individuo (Milroy y Muysken, 1995). España ha pasado de una dictadura a una democracia y de un gobierno centralizado a uno muy parecido a una federación, con parlamentos y administraciones autónomas, con su unión a la OTAN, al Consejo Europeo, a la Unión Europea y su adopción del euro (Cassany, 2005). Para Cassany (2005), casi el 42% de los españoles son bilingües o viven en comunidades bilingües con gobiernos autónomos, parlamentos y administraciones. Los estudios sociolingüísticos y sociológicos de la historia del español han puesto de relieve el hecho de que España ha sido una sociedad multilingüe y multicultural durante muchos siglos (Moreno-Fernández, 2007). Según Moreno-Fernández, durante varios periodos de su historia, el español como idioma nacional y la cultura española como la

única identidad de España se han fortalecido políticamente a través de una visión monolingüe y mono cultural de la sociedad, influida por los modelos franceses del siglo XVIII.

Desde la Constitución Española de 1978, otras lenguas del estado adquieren carácter oficial en sus territorios. El español es la lengua oficial de todo el país como lo estipula el Artículo 3 de la constitución de 1978:

El castellano es el idioma oficial y todo español tiene obligación de saberlo y derecho de usarlo, sin perjuicio de los derechos que las leyes del Estado reconozcan a las lenguas de las provincias o regiones. Salvo lo que se disponga en leyes especiales, a nadie se le podrá exigir el conocimiento ni el uso de ninguna lengua regional.

El Artículo 3 de la Constitución Española de 1978 señala que “los Estatutos de Autonomía” han establecido las siguientes lenguas oficiales en sus respectivos territorios:

- El euskera o vascuence, en el País Vasco, y en las zonas vascoparlantes de Navarra, conforme se regula en una Ley Foral.
- El catalán en Cataluña, y la lengua catalana propia de las Islas Baleares.
- El gallego en Galicia.
- El valenciano² en la Comunidad Valenciana.

2.3. La creación de identidad

Las identidades son como máscaras que se pueden usar y quitar en diferentes contextos de interacción social (Goffman (1990 [1959])). Algunos autores definen las identidades desde el punto de vista nacional (Penrose y Mole, 2008), individual y/o colectivo (Cohen, 1982; Jenkins, 2008) o social (Tajfel, 1982).

Según Penrose y Mole (2008), existen dos maneras complementarias de entender la identidad nacional. En primer lugar, refleja los elementos de la nacionalidad

² En esta tesis doctoral normalmente llamamos a la lengua hablada en Valencia catalán siguiendo a Blas Arroyo (2007).

o de cualquier nación específica. En segundo lugar, la identidad nacional es una condición psicológica que induce a la gente a identificarse con los símbolos de la nación. Estos autores subrayan que esta identidad nacional puede ser también personal cuando dice algo de lo que los individuos piensan de sí mismos.

Abordamos ahora la identidad individual y social o colectiva. Según Tajfel (1982), la identidad social es una estrategia que muestra la diferencia entre el grupo interno y el grupo externo. Para Cohen (1982), la identidad colectiva expresada por el individuo en relación con la comunidad muestra la necesidad de interactuar con el mundo exterior y adquirir más experiencias. Jenkins (2008) señala que la identidad refleja la forma en que los individuos y las colectividades se distinguen en sus relaciones con otros individuos y colectividades. Esta distinción multidimensional considera los individuos como miembros de colectividades.

Con respecto al concepto de identidad nacional, McLaughlin (2008) observa que el término identidad nacional puede tener dos significados diferentes. Uno de ellos se refiere a la relación de una población y el sentido de pertenencia a un estado-nación y el segundo es la identidad de un estado-nación individual dentro del orden mundial internacional y su diferencia respecto a los demás países. En esta Tesis Doctoral entendemos el concepto como al sentido de pertenencia a un grupo o nación.

Según Mar-Molinero (2000:6) la lengua ha tenido un papel crucial en la creación de la identidad nacional, especialmente tras la Revolución Francesa y más tarde en el siglo XIX con lo que la autora llama el segundo movimiento nacionalista durante el romanticismo cuando se valoran las lenguas indígenas para subrayar “...the exotic, the local, and nostalgia for a glorious past which legitimises a community’s uniqueness in the present”.

Con respecto al uso de lenguas para las identidades en la mayoría de los países africanos, Simpson (2008) sostiene que la lengua no ha jugado un papel importante en la construcción de identidades nacionales como lo hizo en otros movimientos nacionalistas, por ejemplo, en Europa. Esto se debe al variado carácter etnolingüístico de la mayoría de las antiguas colonias africanas, donde una única lengua no podía ser el símbolo representativo de las nuevas naciones. Para Simpson (2008), las identidades nacionales de muchos países africanos se han construido y estimulado a través de símbolos nacionales distintos de la lengua como el territorio común, el equipo nacional de fútbol o la música popular, entre otros.

En esta línea, en Camerún, las lenguas indígenas nunca han jugado un papel en la creación de la identidad nacional camerunesa, como se ha comentado anteriormente. El inglés y el francés son los idiomas involucrados en la proyección de los dos grupos nacionales principales, la comunidad anglófona y la francófona, según afirman Biloa y

Echu (2008). Estos autores señalan que, a pesar de este bilingüismo oficial, la esfera pública está ocupada principalmente por el francés, lo que ha causado muchos problemas políticos en la parte de habla inglesa del país.

Sin embargo, recientemente, esta identificación étnica con las antiguas lenguas coloniales está cambiando ligeramente (como en otras partes de África) por el surgimiento de un segundo conjunto de formas pidgin o criollas, principalmente en entornos urbanos (Simpson, 2008). En Camerún, esta nueva lengua mixta se llama *camfranglais* (una mezcla de inglés, francés y lenguas indígenas camerunesas como hemos detallado en 2.2.1.1), una jerga urbana que se ha convertido en un nuevo símbolo de identidad local neutro y que puede convertirse con el tiempo en la lengua que expresa la identidad nacional más amplia junto con las lenguas pidgin y criollas más populares (Simpson, 2008: 11).

En África, el inglés ha jugado un papel decisivo en la construcción de identidades nacionales de gran parte de los países del continente donde se usa como idioma oficial (Anchimbe, 2013). Como dice Bokamba (2015), el inglés se convirtió en uno de los idiomas oficiales de África durante la colonización británica en varias naciones de África occidental (Ghana, Nigeria, Sierra Leona, Gambia, Togo y el Oeste de Camerún), oriental (Sudán, Kenia, Uganda y Tanzania) y meridional o sur de África (Malawi, Zimbabue, Zambia, Sudáfrica, Botsuana, Suazilandia y Lesoto). Bokamba afirma que el inglés es, en algunos casos, la única lengua oficial y, en otros cooficial, lengua que se utiliza en todos los entornos públicos y que sirve para construir varias identidades a nivel discursivo, cultural y educativo (Benjamin, 2002; Anchimbe, 2015). Además, el inglés es la lengua del gobierno, la administración, los asuntos internacionales y se utiliza como un medio de educación en sociedades predominantemente multilingües donde representa la lengua franca, es, además, la lengua nativa de las clases privilegiadas de la sociedad (véase Wolff, 2018).

En lo que respecta a la creación de identidades en los entornos multilingües en línea, varios estudios señalan la importancia de la creación de identidad mediante la elección de una lengua determinada en los casos donde más de una lengua de interacción son posibles (Lam, 2004; Hinrichs, 2006; Feussi 2007; Deumert y Masinyana, 2008; Taiwo 2009; Tsiplakou, 2009; Vold Lexander, 2011; Leppänen y Peuronen, 2012; Deumert y Vold Lexander, 2013).

El trabajo de Lam (2004) muestra cómo se utiliza el código mixto cantonés-inglés para desarrollar una identidad étnica colectiva. Según Hinrichs (2006), los hablantes jamaicanos nativos de lenguas criollas hablan criollo en sus familias mientras que adquieren el inglés en el colegio. En su estudio sobre la comunicación electrónica del país, los correos electrónicos están plagados de CC, es la opción no marcada. Los

mensajes de la minoría dirigente carecen de palabras en lengua criolla mientras que los de las clases populares, que normalmente solo hablan criollo o cuyo conocimiento del inglés no es realmente estándar, presentan un uso abundante de CC. En un estudio de correos electrónico entre profesores de inglés griegos, Tsiplakou (2009) encuentra que la alternancia lingüística entre el griego y el inglés es un mecanismo que marca la identidad comunicativa en línea de este grupo. En un análisis de *fan fiction* o ficciones de fans publicada en línea, el uso de múltiples lenguas está asociado a una determinada función y estas lenguas son fundamentales a la hora de construir la identidad local, nacional y cosmopolita del autor en los blogs (Leppänen y Peuronen, 2012).

En África, los estudios de multilingüismo en línea con el fin de construir cierta identidad colectiva analizan estas prácticas discursivas en varios países y entornos comunicativos. En Nigeria, Taiwo (2010) identifica casos de lo que llama “nigerianismos” en mensajes de texto y foros en línea que sirven para la creación de identidad nacional y la afiliación a un grupo. Adegoke (2012) muestra cómo una comunidad bilingüe inglés-yoruba en Facebook usa yoruba en textos escritos en inglés para marcar la identidad nacional y la proximidad entre los miembros de un grupo en Nigeria. Vold Lexander (2011) sugiere que se usan diferentes lenguas para expresar diferentes aspectos de la identidad en África. Según Vold Lexander, los mensajes de texto multilingües también son comunes entre los estudiantes de Senegal que solo leen y escriben en francés, aunque usan también wolof y otras lenguas africanas en sus mensajes de texto. A pesar de la influencia del inglés y el francés en la lengua escrita, también intervienen las lenguas africanas en la comunicación electrónica, generalmente asociadas con la comunicación hablada y que se utilizan para escribir mensajes cortos o SMS con marcado carácter personal, donde el wolof es la lengua que identifica al autor (véase Deumert y Masinyana, 2008).

Androutsopoulos (2006, 2011, 2013) plantea que la identidad se puede construir mediante el uso de varias lenguas en el mismo entorno comunicativo. Este autor señala que, analizando las relaciones lingüísticas de los participantes, sus elecciones de lengua y las particularidades que conlleva una conversación multilingüe en línea se aprecia la construcción de esta identidad individual o colectiva. En plataformas de acceso internacional, los participantes de estas redes sociales usan a menudo nuevas estrategias para construirse identidades locales (la negociación entre lo local y lo global como sugieren Koutsogiannis y Mitsikopoulou, 2007) en espacios translocales en línea. En general, en redes sociales globales las identidades locales en las redes sociales se construyen con la mezcla del inglés e lenguas locales (Lee, 2016).

2.3.1. El inglés como lengua franca (ILF) en línea

La interacción en inglés en el mundo actual a menudo no involucra a hablantes nativos de esta lengua, de ahí el uso del término inglés como lengua franca (ILF), es decir, comunicar entre aquellos que no comparten la misma lengua principal o lengua materna como sugiere House (2003). Varios autores utilizan diferentes terminologías para definir este concepto: “English as a lingua franca” en palabras de House (2003) y Seidlhofer (2001, 2005) o “English as a Global language” según Crystal (2003) o “English as an international language” según Dor (2004) y Jenkins (2009). Otros términos utilizados son: “nuevos ingleses” o “ingleses de los no nativos” (véase Anchimbe, 2006).

Crystal (2003) distingue dos formas de hacer que el inglés sea la lengua franca de una sociedad: que esta lengua sea la lengua oficial, es decir, la de la administración de un país, sus medios de comunicación y su sistema educativo, con carácter de segundo idioma, o que se considere una prioridad su conocimiento como lengua extranjera en casos en que no tiene carácter de lengua oficial. Para House (2003), el ILF no es el idioma nacional, sino una lengua de comunicación flexible que tiene objetivos y ventajas en diferentes entornos, sobre todo, laborales. De acuerdo con Jenkins (2009), House utiliza el término ILF en un contexto específico, en su forma más simple, su uso puede ser común o local. Por un lado, es común cuando se comparten muchas variedades de inglés que se denominan colectivamente “inglés como idioma nativo”. Por otro lado, el ILF implica una gran cantidad de variaciones locales, así como el hecho de que los usuarios adapten su habla a la lengua de un interlocutor específico mediante el cambio de código, repetición y la paráfrasis.

En Internet, el inglés es la lengua dominante de comunicación, como señalan las estadísticas publicadas por la World Wide Web (WWW). Desde el principio de los 90 el acceso a Internet de forma rápida y sencilla propició un aumento masivo de la comunicación y fue la lengua inglesa el idioma de comunicación mayoritario (Baugh y Cable, 1993). Según Paolillo (2007), la concentración de los recursos en América del Norte, el desarrollo de la economía y el uso de la tecnología en Internet han propiciado un mayor uso del inglés en Internet. Leppänen y Peuronen (2012) subrayan que la lengua dominante de Internet es el inglés por varios factores. En la década de 1990, la gran mayoría de los sitios web y usuarios de Internet hablaban inglés (véase Androutsopoulos 2006). Por una parte, el inglés a menudo se usaba como el idioma común para los usuarios de Internet que no compartían otra lengua (véase Durham, 2007). Por otra parte, los primeros científicos de la informática diseñaron los ordenadores personales e Internet y trabajaron sobre la base del Código Estándar Americano para el Intercambio de

Información (ASCII), el acceso a la información en otros alfabetos era difícil o imposible (Warschauer y De Florio-Hansen, 2003).

Tal es la relevancia de esta lengua en la red que algunos estudios han confirmado que los usuarios multilingües están dispuestos a cambiar al inglés según el canal de comunicación empleado y el grado de formalidad deseado. Por ejemplo, en Egipto el inglés es dominante en correos electrónicos formales, informales y los chats en línea (véase Warschauer et al., 2007). Warschauer subraya algunas razones de la dominación del inglés en línea en el país africano: en primer lugar, muchos profesionales trabajan con software o hardware de sus empresas internacionales y normalmente están en inglés. Una segunda razón para la dominación del inglés es la falta de un software estándar en árabe común.

A pesar de que varias lenguas han ganado en visibilidad online en los últimos años, según Lee (2007) el inglés seguirá siendo el idioma dominante de Internet en el futuro. Por ejemplo, para Lee y Barton (2011), el inglés es el idioma universal en *Flickr* y se usa para llegar a un público más amplio debido a su constante crecimiento en el mundo.

En esta línea, la presente investigación explora textos digitales y muestra cómo se crean y usan la lengua inglesa y otras lenguas en línea siguiendo a Lee (2007, 2016), Paolillo (2007), Warschauer et al. (2007) y Leppänen y Peuronen (2012).

2.4. Facebook

Mark Zuckerberg creó Facebook en 2004 para facilitar la conexión entre los estudiantes de la Universidad de Harvard con el apoyo de Dustin Moskovitz y Chris Hughes. La intención constante de este creador era entregar a los recién llegados el llamado *facebook* o libro de caras con las fotografías, los nombres y los perfiles de todos los estudiantes para ponerlos en relación. Facebook es la red social más popular del planeta con 2.119 mil millones de usuarios activos en diciembre de 2017 (véase la subsección 1.1.1 de World Internet Statistics, 2017). Además, esta plataforma de comunicación se ha popularizado en todo el mundo a través de participantes con perfiles identificables de forma única que pueden publicar contenidos o imágenes para que otros puedan ver e interactuar juntos en el sitio (Ellison y boyd, 2013). Georgalou (2017) señala que la misión de Facebook hoy es permitir que las personas puedan compartir y conectarse (amigos y familiares), descubrir lo que está sucediendo y expresarse libremente. Facebook se ha convertido en el sitio más poderoso del mundo por su eficiencia colectiva e interna en términos de conexión social.

Esta red social, como otros sitios de redes sociales surgidos en los últimos años de la década del 2000, presenta una nueva forma de entender Internet mediante la web

2.0 participativa; es un sitio donde los usuarios comparten informaciones, se relacionan y crean sus redes personales físico-virtuales, intensifican el conocimiento de sus amistades y mantienen vivas sus relaciones superficiales (Bolander y Locher, 2010; Yus, 2010; Thurlow y Poff, 2011). No solo personas físicas tienen cuentas en Facebook, entidades como clubes de fútbol, partidos políticos y asociaciones de todo tipo también disponen de este canal de difusión y asociacionismo.

2.4.1. Gestión de identidad en Facebook

La creación de identidad en Facebook se realiza mediante la formación de perfiles, como sugieren Lampe et al. (2006), boyd y Ellison (2007), Ellison et al. (2007) y Yus (2014).

Facebook facilita la creación de diferentes perfiles e interacciones entre los usuarios que comparten información sobre ellos mismos y pueden controlar su privacidad especificando si lo que comparten se hace público a toda la comunidad en Facebook o solo a su círculo de amistades. Normalmente se publican fotos, noticias y eventos a dónde asistir, así como datos personales como la edad, ubicación e intereses personales (véase Lampe et al., 2006). Facebook agrega aplicaciones que sirven para mejorar los perfiles profesionales, individuales y de citas y permiten a los usuarios identificar o invitar a otros amigos sin contactos previos (boyd y Ellison, 2007). Según Ellison et al. (2007), Facebook se usa para crear un perfil público o semipúblico en un sistema delimitado, establecer una lista de otros usuarios que comparten la misma conexión y permitir que se vea la lista del grupo interno y externo en el sistema.

Como señala Yus (2011), el usuario de Facebook tiene múltiples perfiles, incluso en otras redes sociales como Twitter, cuyas plataformas son ideales para crear la identidad del usuario. Según Peuronen (2011), los participantes en línea se identifican como miembros de grupos específicos y distintos para demostrar su competencia en la toma de decisiones lingüísticas, semióticas y discursivas en diferentes situaciones de comunicación. Yus (2014) informa de que los perfiles creados en Facebook se utilizan para gestionar la presencia en el grupo y fomentar las interacciones a través del discurso visual, verbal y la creación de identidad. Para Yus, el individuo tiene una triple identidad en la red: personal (forma del cuerpo, creencias), interactivo (presencia, relaciones) y social (grupos). Por lo tanto, la identidad en línea reside en la mezcla y creación de contenido y reacciones a ese contenido (Yus, 2018). Del mismo modo, Vargas Alfonso (2016) indica que Facebook permite a las personas construirse sus historias de vida a través de varios materiales como textos escritos, fotos, vídeos, memes, etc.

Los participantes de Facebook propagan identidades no solo de entidades geográficas, sino también sociales, políticas, culturales y emocionales (Georgalou,

2015). Según esta autora, las personas pueden usar Facebook para informar sobre tareas comerciales, hablar sobre temas de estudio, promover un trabajo, publicar y organizar eventos. En sitios de redes sociales como Twitter o Facebook, la elección del idioma en un entorno visible por muchos puede contribuir a la construcción de una determinada identidad (Sifianou, 2018).

2.5. El cambio de código: significado y teorías

Weinreich (1953) fue uno de los pioneros del CC que dijo que las personas bilingües ocasionalmente utilizan dos variedades lingüísticas en el mismo intercambio comunicativo. Tomando como base de estudio las conversaciones en comunidades bilingües, la definición más utilizada del cambio de código (CC) o *code-switching* ha sido la de Gumperz: “...the juxtaposition within the same speech exchange of passages of speech belonging to two different grammatical systems or subsystems” (Gumperz (1977:1, 1982:59). Según McClure (1977), el CC puede definirse como el uso alternativo de dos lenguas en una sola palabra, frase u oración. En las publicaciones en español hablamos de “[...] pasar de una lengua a otra dentro de un mismo acto comunicativo” (Blas Arroyo, 2005: 622). Varios autores subrayan que el CC es la alternancia de dos lenguas por el mismo hablante (Poplack, 1980; Joshi, 1982; Milroy y Muysken, 1995; Myers-Scotton, 1993; Heller y Pfaff, 1996; Clyne, 1998; Auer, 1999).

Existen además varias teorías de gran repercusión académica sobre el CC y que están regidas por reglas específicas como las de Myers-Scotton (1993) o Auer (1999).

Myers-Scotton (1993) explica el CC en una población urbana y rural en África y relaciona su modelo con otras teorías generales de la comunicación, como la teoría del acto de habla, el principio de cooperación de Grice, la teoría de la acomodación y el análisis de la conversación. El modelo de Myers-Scotton relaciona todos los usos de CC con un solo concepto general: la marcación. Esta autora explica todos los tipos de CC y sus motivaciones sociales en cuatro tipos complementarios. Otro concepto señalado es el de los conjuntos de derechos y obligaciones (DO) que representan las expectativas y actitudes de los participantes en un tipo de interacción particular. Se supone que cada código o lengua utilizada en una comunidad en particular indexa un conjunto de DO específico y las relaciones diferentes entre el hablante y el destinatario. Por ejemplo, el uso de una lengua en un pequeño grupo étnico puede reforzar la solidaridad étnica de los valores particulares de este grupo. Al compartir una experiencia lingüística similar, los miembros de una comunidad llegan a un consenso sobre las asociaciones de cada código. Myers-Scotton (1993) destaca cuatro modelos complementarios de cambio de código. El primer caso, la opción no marcada, es cuando el hablante de la lengua A cambia a la

lengua B cuando un participante nuevo se une a la conversación. El segundo caso es cuando el cambio de código en sí mismo constituye la opción no marcada en ciertos tipos de interacción, por ejemplo, los jóvenes africanos educados usan, a menudo, una lengua autóctona junto con palabras de las lenguas coloniales para mostrar que pueden actuar tanto en lenguas locales como nacionales o de las excolonias. En este caso, el CC como una elección no marcada será habitual en los que quieren presentar su identidad étnica o nacional, simbolizada por las lenguas africanas, y su estatus como personas educadas mediante el uso del inglés o francés. Normalmente, los participantes en este tipo de conversaciones deben ser de la misma comunidad, no extranjeros o de diferente estatus, aunque su competencia en ambas lenguas no tiene por qué ser la misma. En el tercer caso, la opción del CC es la marcada, los hablantes usan el CC para señalar un cambio en la negociación de diferentes derechos y obligaciones entre ellos. En esta opción, el hablante utiliza una lengua que no dominan los demás y la mantiene en la conversación para ser más distante o excluir al resto o a algún interlocutor, o, por el contrario, cambia para solidarizarse con los demás y expresar un tono más íntimo. Normalmente, la opción marcada positiva reduce la distancia social y marca una relación de solidaridad, mientras que la opción negativa aumenta la distancia social. En cuanto a la cuarta opción del CC, como una elección exploratoria, se produce cuando un participante no sabe con seguridad cuál debe ser la opción no marcada así que utiliza varias lenguas en el mismo intercambio. Por ejemplo, cuando el hablante no tiene la información suficiente sobre el interlocutor en lo que respecta a las lenguas que este domina. Por supuesto, una elección exploratoria en el discurso se distingue de un cambio para una opción marcada solo en términos de las intenciones originales del hablante.

Además de estos modelos, Myers-Scotton reconoce otros dos factores que pueden influir en lo que se percibe como la opción no marcada: la máxima de cortesía y la máxima de virtuosismo. Por ejemplo, un hablante que utiliza la elección de código no marcado puede recurrir al marcado cuando le resulta difícil expresar algo.

Blas Arroyo (2005: 667-672), siguiendo la teoría de marcación de Myers-Scotton (1997), resume los 4 tipos de cambio de código y añade ejemplos de la realidad lingüística en la Comunidad Valenciana:

- 1- El cambio de código como una secuencia de elecciones no marcadas ocurre en función de las modificaciones que surgen en la interacción. Por ejemplo, un valenciano hablante cambiará de lengua cuando se dirija a un interlocutor que tiene una identidad lingüística diferente a la suya.
- 2- El cambio de código como elección no marcada en sí mismo.
- 3- El cambio de código como una elección marcada para la divergencia lingüística. En este caso, se usan dos lenguas y cada hablante mantiene su

lengua de conversación. Por ejemplo, el castellano hablante persiste en su monolingüismo tradicional y el valenciano hablante hace valer su derecho al uso exclusivo de su lengua (Poplack, 2000).

- 4- El cambio de código exploratorio: el hablante se acomoda a la lengua del interlocutor generalmente cuando no se conocen.

Por otra parte, Auer (1999) habla de prototipos de cambio de código. Para este autor, el prototipo del cambio de código se realiza a través del cambio de lengua de interacción, dado que el hecho de cambiar el código sirve para identificar a los demás interlocutores en un contexto y, por lo tanto, cambiar de posición. Distingue dos tipos de CC en la interacción: el cambio para la inserción es cuando un idioma inserta sus palabras en las de otro idioma. El cambio alternativo es el cambio entre idiomas a través de oraciones. La inserción puede estar morfosintácticamente integrada o llevar elementos gramaticales de la lengua utilizada. En ambos casos, las señales prosódicas (énfasis, pausa) y los marcadores verbales (comentarios metalingüísticos) sirven para mostrar la yuxtaposición.

Estos trabajos iniciales sobre el cambio de código estudiaron comunidades de hablantes bilingües y se fundamentaban en la conversación (Gumperz, 1982; Myers-Scotton, 1993; Auer, 1999). En las teorías de CC conversacional de Gumperz, Myers-Scotton y Auer se basan las primeras investigaciones sobre el cambio de código en lo que Ferrara et al. llamaban discurso escrito, *written discourse* (Ferrara et al., 1991) en la CE por su semejanza con el discurso oral.

El estudio de Hinrichs (2006) sobre las lenguas creoles en Jamaica se basó en el modelo de marcación de Myers-Scotton (1993, 1997). De modo similar, la teoría de Auer se aplicó en los trabajos de Leppänen (2012) sobre las prácticas del CC entre los fineses y en los estudios de Siebenhaar (2006) sobre las interacciones suizo-alemanas en línea.

2.5.1. Tipos de cambio de código

Gumperz (1977) propuso una tipología de CC: el cambio metafórico en la que distinguió entre *we-code*, reservado para una lengua minoritaria en situaciones informales que normalmente sirve para afirmar las identidades dentro del grupo y *they-code*, la lengua que se reserva para contextos formales. Para la elección de uno de estos códigos, Gumperz explica que no existe un criterio de elegibilidad en el contexto retórico o gramatical, formal o informal. Por ejemplo, en el deporte, los participantes pueden utilizar la lengua que dominan o la lengua local en función del grado de privacidad o del tipo de lengua que quieren utilizar. En este caso, los usuarios no tienen ninguna relación

familiar, profesional ni de amistad. El cambio de código es un concepto diferente del cambio lingüístico y social en la conversación. Asimismo, Blom y Gumperz (2000) distinguen los cambios de situación y metafóricos. Los primeros cambios asumen una relación directa entre la lengua y la situación social, por ejemplo, una persona que usa la forma estándar donde solo el dialecto es apropiado, violando así las normas comúnmente aceptadas. En cambio, el cambio metafórico depende de la presencia de una relación regular entre variables y situaciones sociales.

Otra distinción importante en este campo de estudio es la de cambio de código intraoracional e interoracional (Poplack, 1980; Lipski, 1982; Montes-Alcalá, 2001). Poplack (1980, 2000) habla de 3 tipos de cambio de código: interoracional, intraoracional y de etiqueta.

- 1- El tipo intraoracional, dentro de la misma oración, se refiere a un tipo más complejo o “íntimo”.
- 2- Los cambios de etiquetas representan otro tipo menos íntimo que se caracteriza por cambios de un solo nombre. Estos a menudo están cargados de contenido étnico como se presenta en el ejemplo a continuación: Vendía arroz '*N SHIT*' (mierda). En relación con este cambio, otros autores hablan de cambio emblemático del hablante o *tag-switches* (Sankoff y Poplack, 1981; Poplack, 2000; Blas Arroyo, 2005) o *intra-word switching* (Lee, 2017).
- 3- El cambio interoracional se manifiesta entre oraciones (Montes-Alcalá, 2000). Esta autora propone el siguiente ejemplo: “*She wanted to experiment*. Quería ver qué había allá afuera del palacio”. “Quería experimentar...”

En cuanto a Lipski (1982), este autor sugiere que el cambio intraoracional se usa entre bilingües que han aprendido los dos idiomas en diferentes contextos y el cambio interoracional se usa entre bilingües que han estudiado los dos idiomas en el mismo contexto. Montes-Alcalá (2001: 197-198) señala que ninguna decisión es completamente satisfactoria y que muchos bilingües presentan los rasgos de estos dos tipos de cambio en la conversación. Propone dos ejemplos en relación con los dos tipos ya mencionados:

- 1- Ejemplo del cambio interoracional:
Mi cabeza estalla. “I’m bummed. I’m homesick. Quiero irme a casa”.
“... Estoy molesto. Tengo nostalgia ...”
- 2- Ejemplo del cambio intraoracional:
“El tiempo sigue corriendo hacia atrás and *I’m sick of everything of everyone*”
“... y estoy harto de todo y de todo el mundo”

Sin embargo, Poplack (1980) comenta que el cambio de código se puede usar también entre los bilingües sin excesiva fluidez o los que no dominan las dos lenguas. También se añade que los tipos de cambio que ocurren dentro de una sola oración son los que requieren más habilidad lingüística. Estos cambios son lo que realizan lo que esta autora llama los “verdaderos” bilingües que han aprendido ambos idiomas en la infancia. El cambio de código es, en realidad, un indicador del grado de competencia bilingüe para esta autora.

2.5.2. Funciones del cambio de código

Las funciones del CC varían en los estudios de diferentes autores. McClure (1977: 22-25) analiza el CC de los niños y distingue 8 funciones estilísticas del CC con algunos ejemplos:

- 1- Énfasis o traducción
“Stay here Roli. ¡Te quedas aquí!”
- 2- Enfoque: se refiere a la importancia de una oración. Un método para centrarse en el significado de una oración es a través del tema.
“Este Ernesto, he's cheating.”
“.... está haciendo trampa.”
- 3- Elaboración: este cambio se utiliza para repetir un mensaje que incluye una información adicional.
“Roli you stay here. Tú quedate 'jito con Suzy”
“Roli, quédate aquí.”
- 4- Aclaración: una expresión repetida funciona como un medio para resolver la ambigüedad o aclarar una falta de comprensión.
“¿Que tiene? ...Will you watch your cards! ¡Fíjate en las cartas!”
“.... ¡Mira tus cartas!”
- 5- Atracción o retención de la atención: se refiere al uso de un código o un dispositivo para atraer o retener la atención de su audiencia. Funciona como una voz elevada, gestos.
“Now let me do it. Put your feets down. Mira!”
“..... ¡Mira!”

- 6- Cambio de modo: cambiar para alternar entre diferentes modos como narrativa, comentario, interrogación, etc.
- “Tell me a story.”
- “I know a story of pigs and I know a story of Wizard of Oz.”
- “The Wizard of Oz? OK. Tell me whichever one you like.”
- “OK. Así no va. Esperate.
- Traducción: “Cuéntame una historia.”
- “Conozco una historia de cerdos y conozco una historia del Mago de Oz.”
- “¿El Mago de Oz? Bien. Dime la que te guste.”
- 7- Cambio de tema: cambiar para introducir un nuevo tema o enfatizar el hecho de que los interlocutores ya no están interesados en lo que se está discutiendo actualmente, por lo que desean pasar a un tema diferente.
- “Dile que es una casa sin techo.”
- “We have a pretty, uh, Christmas tree.”
- “Tenemos un bonito, uh, árbol de Navidad.”
- 8- Cambio de destinatario: el destinatario influye en la elección del idioma.
- “Pregúntale a Patty. Pregúntale.”
- “Wasn't I at the house?”
- “¿No estaba en casa?”

Según Gumperz (1977), el cambio de código requiere una información contextual que equivale a la que se transmite en entornos monolingües a través de otros procesos léxicos que descodifican el contenido de lo que se dice. Gumperz distingue 6 funciones de CC:

- 1- Citar: las citas pueden ser directas y marcadas entre comillas o como parte del discurso y sin marcar.
- 2- Especificar el destinatario: cuando el mensaje se dirige a una o varias personas.
- 3- Expresar interjecciones: el cambio de código sirve para marcar una interjección.
- 4- Repetir: la repetición sirve para aclarar lo que se dice, amplificar o enfatizar un mensaje.
- 5- Calificar o caracterizar un mensaje: consiste en definir oraciones y complementos verbales y predicados.

- 6- Personificar frente a la objetivación consiste en diferenciar nosotros y ellos. En este caso, el idioma minoritario se referirá a nosotros y el idioma mayoritario será ellos (Gumperz, 1982).

Montes-Alcalá (2001:198-210) describe el papel de las funciones sociopragmáticas y sintácticas en la conversación de personas bilingües. Muestra también que la conversación escrita y oral es idiosincrática, su rol es social y gramatical y el hablante debe ser flexible en los dos idiomas. Distingue y define 10 funciones pragmáticas del cambio de código. Presentamos algunos ejemplos extraídos de su artículo que ilustran cada función:

- 1- Citas directas: cambiar a un idioma diferente para buscar un equivalente adecuado:
“It’s OK, contesté. Pero it was not OK”
“Está bien, no estaba bien”
- 2- Énfasis: cambiar para reforzar el significado de otra palabra u oración:
“Conducía Rob. Nice car, nice music...”
“..... Bonito coche, buena música...”
- 3- Aclaración o elaboración: se cambia para aclarar o elaborar una idea, un concepto:
“Even though the sky is cloudless and it’s pretty warm, pero solo al sol”
“Aunque el cielo está despejado y hace calorcito, ...”
- 4- Comentarios entre paréntesis: este cambio se puede omitir dado que parece que no exista y representa asimismo un susurro a una audiencia imaginaria:
“Allí, totally out of the blue, acabamos planeando un viaje para la semana que viene.”
“..., sin planificarlo, ...”
- 5- Expresiones idiomáticas: cambiar para buscar el equivalente apropiado en otro idioma:
“Tras un rato de lectura en el que intenté chill myself out, finalmente me tomé una taza de té”
“.... que traté de relajarme, ...”
- 6- Rutinas lingüísticas: son expresiones hechas de inglés que no transmiten el mensaje con la misma fuerza cuando se traducen al español:

“Yo escribo. Time after time. Escribo.”

“.... . Una y otra vez.”

- 7- Alternancia simétrica: hay una tendencia a la simetría entre ambos idiomas, de modo que los dos alternan para alcanzar un cierto equilibrio en el discurso:

“El sol no había salido aun cuando I rode my bike to campus, and it was freezing. Todos los estudiantes freaking out y mucha tensión en el ambiente.”

“... cogí mi bicicleta para ir al campus y hacía mucho frío. ... enloquecidos ...”

- 8- Cambio para incitar o animar: es cuando se introduce una palabra de otro idioma y hace que todo lo que viene después se cambie a ese idioma:

“Hopefully, mañana estaré en el Golden State again”

“Con suerte, ... el Golden State.”

- 9- Asuntos estilísticos: se cambia para transmitir el mensaje como si fuera un texto monolingüe. La intención es estilística:

“El Passport control fue un Welcome-to -Spanish-bureaucracy shock”.

“El control de pasaportes fue un shock de bienvenida a la burocracia española”

- 10- Necesidad léxica: normalmente, cada cambio requiere una necesidad léxica y esto se debe a la falta del equivalente exacto en otra lengua:

“De nuevo otro topic que no sabe cómo handle it”

“.... Otro tema Manejarlo”

2.5.2.1. En la comunicación electrónica

El desarrollo de la CE ha proporcionado una nueva etapa para la exploración del CC escrito, lo que desembocó en la proliferación de trabajos sobre textos multilingües en la comunicación en línea; especialmente desde la segunda mitad de la década de 2000 cuando las redes sociales como Facebook y Twitter se han convertido en sitios populares de investigación del CC en la CE (Seargeant et al., 2012; Androutsopoulos, 2013).

Según Androutsopoulos (2015), la comunicación electrónica es un sitio importante para el estudio del multilingüismo escrito y el cambio de código, pero se deben reconsiderar algunos de los enfoques tradicionales hacia el estudio de las prácticas multilingües. Un concepto básico como la definición de CC puede plantear problemas

ya que la coexistencia de diferentes lenguas en una plataforma no constituye necesariamente CC. Al respecto, Androutsopoulos (2013: 673) destaca que para que la CE multilingüe se catalogue como CC, se necesita probar que existe interrelación dialógica entre los textos escritos y que estos responden a interacciones anteriores y que contextualicen interacciones posteriores. En esta línea, hay que destacar que las distinciones tradicionales de CC conversacional han evolucionado y se han adaptado recientemente al estudio de CC en la CE.

Así pues, nuevos términos han surgido para referirse a los cambios en línea que van más allá de una sola palabra, frase u oración de una lengua que están bien integrados en otra. Por ejemplo, en el análisis de Jaworska (2014) de las interacciones en línea de los expatriados alemanes que viven en Gran Bretaña, esta autora habla de “digital code plays” en lugar de CC para referirse a la incorporación de palabras, partes de una oración, frases enteras en una lengua dentro de conversaciones o textos escritos mayoritariamente en otra; son claramente manipulaciones y transformaciones del material lingüístico usados de forma consciente. De modo similar, Hinrichs (2016) ha propuesto recientemente el término *digital language contrasting* o “contraste de lenguaje digital” para referirse tanto a la elección de lengua como al cambio de código en las prácticas discursivas en línea. Sin embargo, estos términos no se han adoptado mayoritariamente para sustituir a los términos tradicionales, firmemente establecidos en la lingüística.

Otro tema importante que ha surgido frecuentemente en la interacción multilingüe en línea es el análisis de la elección de lengua, el CC y el fenómeno de la mezcla de lenguas como recursos que tienen funciones pragmáticas, del discurso y sociales (Androutsopoulos, 2013; Lee, 2016).

En 2016, Montes-Alcalá analiza y compara los datos de fuentes diferentes de CE (correo electrónico, blogs, Facebook y Twitter) entre bilingües de español-inglés en un intento de explorar el CC en “conversaciones escritas” presentando 6 funciones del CC:

- 1- Los cambios provocados se realizan cuando el cambio de una palabra estimula inconscientemente el cambio que la sigue o la precede.
- 2- El cambio para marcar el discurso indirecto.
- 3- El énfasis: repetición de una idea.
- 4- Elaboración: explicación y aclaración de lo que se ha dicho anteriormente.
- 5- los cambios culturales son cambios léxicos que se realizan mediante el uso de una palabra.
- 6- Los cambios por privacidad o como Montes-Alcalá explica, para excluir al resto (Montes-Alcalá, 2016: 31-41).

Por su parte, Androutsopoulos (2013: 680-681) habla de 8 funciones discursivas del CC en la CE:

- 1- Cambiar para incluir fórmulas discursivas como saludos, despedidas y buenos deseos;
- 2- Cambiar para señalar géneros culturales específicos como la poesía;
- 3- Cambiar para incluir la información anterior o el discurso indirecto (distinto de la información de la persona que escribe);
- 4- Cambiar para repetir el enunciado o un propósito enfático;
- 5- Cambiar para responder a un interlocutor en concreto, adecuándose a la lengua de un comentario anterior o desmarcándose de esa lengua;
- 6- Cambiar para argumentar el cambio de tema, para distinguir entre hechos, opinión, información y afecto, etc.;
- 7- Cambiar para marcar lo dicho en serio y para atenuar los actos de amenaza a partir de la mezcla de código humorístico en una respuesta no deseada;
- 8- Cambiar para indicar afinidad o rechazo, acuerdo y conflicto, acercamiento y distanciamiento, etc.

Halim y Maros (2014) examinan las funciones de cambio de código realizadas por cinco usuarios bilingües de malayo-inglés en sus comunicaciones en Facebook:

- 1- Cambio para la citación: se utiliza para citar directamente el discurso de los usuarios y de otras personas.
- 2- Cambio para especificar el receptor: el mensaje se dirige a un amigo en particular, aunque se haya publicado abiertamente.
- 3- Cambio para repetir: el usuario repite los mensajes con la intención de hacer que sea más claro y comprensible.
- 4- Cambio para la calificación de mensajes: se produce cuando un tema se introduce en una lengua y luego se amplía o califica en otra.
- 5- La aclaración: es el cambio para aclarar y elaborar el mensaje.
- 6- Cambio para mostrar énfasis.
- 7- Cambio para verificar: ocurre cuando el hablante quiere aprobar o confirmar las opiniones del destinatario.
- 8- Cambio para indicar emociones: expresar el estado de ánimo y los sentimientos hacia sus destinatarios.
- 9- Cambio para la disponibilidad: se produce mediante una traducción precisa para las expresiones que representan los términos en el idioma original.

- 10- Cambio por principio de economía: los bilingües utilizan menos esfuerzo en su producción lingüística y seleccionan las formas menos complejas de los dos idiomas de manera inconsciente.
- 11- Cambio porque las palabras y expresiones inglesas son más sencillas que las palabras en otras lenguas.

De todas estas propuestas, en esta Tesis Doctoral seguimos a Androutsopoulos (2013) porque las funciones que recoge son más claras y engloba las enunciadas por otros estudios anteriores.

2.6. El fútbol como deporte para la expresión de la identidad nacional

Como afirma Hernández Alonso (2003: 43), “...el deporte es una forma de evasión de la vida diaria y una liberación del espíritu agresivo que convive con cada uno de nosotros.” Normalmente, el deporte se considera un evento ritual y muchos eventos deportivos como la Copa Mundial de fútbol están diseñados como espectáculos (Stevenson y Alaug, 2000). Además, el deporte es un entorno participativo que se usa frecuentemente para reforzar y crear identidades, tanto nacionales como locales o regionales (Duke y Crolley, 1997; Giulianotti, 2002). En esta línea, Hobsbawm (1990) afirma que el deporte puede a menudo generar un sentimiento de pertenencia a una determinada nación, ciudad, territorio o grupo social. Este historiador muestra la facilidad con la que los jugadores se convierten en símbolo de su nación³. Otros autores que han examinado el fútbol como una herramienta para expresar la identidad nacional son Hernández Alonso (2003) y Simpson (2008), entre otros.

Actualmente, el fútbol es el deporte global (Giulianotti y Finn, 2005) que se expande como una religión y sirve para la construcción de la identidad nacional en muchos países como en América del Sur, África y algunas partes de Europa (Tuñón y Brey, 2012). El fútbol conecta a personas de diferentes orígenes socioculturales y países (González Ramallal, 2014). Kytölä (2016) señala que el fútbol es una forma de cultura, actividad social y entretenimiento en casi todas las regiones del mundo que genera grandes masas de hinchas que se trasladan de país o espacios sociales. Por ejemplo, Stevenson y Alaug (2000) señalaron que el primer campeonato de la selección nacional de fútbol mejoró la unidad nacional entre los jóvenes yemeníes. En muchas ocasiones el fútbol se usa para reforzar la unidad nacional o marcar diferencias culturales o de

³ Siguiendo a Mar-Molinero (200:5) entendemos por nacionalismo: “...a feeling, a consciousness, an ideology, forming a movement to harness these sentiments and to attain greater self-determination or even independence”.

identidad dentro de un mismo país, por ejemplo, diferenciar entre grupos religiosos, étnicos y regionales (Armstrong y Giulianotti, 2001). Estos dos autores sugieren que el fútbol es esencialmente una historia de rivalidad y oposición, es decir, un juego que presenta divergencias: nosotros contra ellos y el yo contra el otro. Además, el deporte frecuentemente se emplea para destacar las desigualdades entre países y continentes y expresar los conflictos sociales y políticos (Giulianotti y Finn, 2005).

Por ejemplo, en Europa, King (2000) comenta que el análisis de los clubes de fútbol europeos es un entorno muy útil para el estudio de las identidades de reciente creación porque es un escenario público en el que las identidades urbanas, regionales y nacionales se expresan abiertamente. King centra su estudio en una red casi exclusivamente masculina de simpatizantes del Manchester United, especialmente en los años noventa, y muestra la importancia de las ligas europeas para crear lazos de unión entre las ciudades de los clubes más importantes del continente, relaciones que llama de familiaridad.

2.6.1. La identificación con equipos nacionales y locales de fútbol en África y Camerún.

Las comunidades se reinventan y se vuelven a imaginar constantemente ante los nuevos descubrimientos (Hobsbawm, 1990). En el fútbol, según Clark (2006), la comunidad o la colectividad se define partiendo de las relaciones e incluso nociones de similitud y diferencia. En África, el fútbol se difundió a través de misioneros y colonizadores europeos. Los africanos adoptaron este juego y se identificaron con él y en algunos aspectos reinventaron su significado (Onwimechili y Akindes, 2014). En África, el papel del fútbol como vehículo para la integración nacional parece jugar un papel más importante que en otros lugares, básicamente porque los países africanos son jóvenes y carecen de una larga tradición de identidades colectivas (Simpson, 2008). Este autor sostiene que las identidades de muchos países africanos están estimuladas por símbolos nacionales, naturalmente disponibles o simplemente contruidos. Los equipos nacionales de fútbol son símbolos claros de identidades colectivas. Así, en los países africanos, el fútbol juega el papel de unificador, como en muchas otras partes del mundo. En Camerún, los aproximadamente 250 grupos étnicos apoyan a los Leones Indomables, el nombre que recibe su equipo nacional, el símbolo más claro de unidad nacional e identidad (Pannenberg, 2012).

También importante en este estudio es el hecho de que la identificación con un equipo de fútbol puede ser dinámica (MacClancy, 1983). En África, algunos académicos dicen que a menudo se ve que los hinchas cambian de lealtad, es decir, los simpatizantes

de un equipo nacional o local pueden pasar a apoyar al último equipo africano que permanece en la competición de la Copa del Mundo, independientemente del país al que represente. Pannenberg (2012: 82) da otro ejemplo de cambio de identidad: cuando el Coton Sport Garoua de Camerún llegó a la final de la Liga de Campeones de la CAF 2008 representó a toda la nación. Sin embargo, a pesar de lo que sostiene Pannenberg (2012), en lugar de cambiar de identidad, es más probable que este cambio esté relacionado con un movimiento de identificación continental o sentimiento panafricano (Vidacs, 1999, 2009), sentimientos panafricanistas contra las escuadras nacionales de América del Sur o Europa que habitualmente han ganado los campeonatos internacionales.

En cuanto al equipo nacional de Camerún, Nkwi (2014) concluye su estudio sobre los Leones Indomables diciendo que, en el país, la identidad colectiva depende profundamente del éxito del equipo nacional. Este autor también detalla la relación entre las victorias del equipo nacional y el régimen político del país y los problemas entre las partes anglófonas y francófonas de Camerún reflejadas en el equipo nacional. Nkwi cita a diferentes autores sobre la relevancia del fútbol desde varias perspectivas: la llegada del fútbol en el país (Tanga, 1969; Darby, 2012); la Operación *Coup du Coeur*, es decir, una donación financiera voluntaria realizada por los cameruneses para apoyar al equipo nacional en la Copa Mundial de 1994 (Nkwi y Vidacs, 1997); otros se han centrado en la etnicidad, la política y la identidad (Nkwi y Vidacs, 1997; Vidacs, 2009).

En el caso de los clubes locales africanos, como señalan Onwumechili y Akindes (2014), otros factores además del territorio pueden afectar a la identificación con un equipo. Estos pueden ser etnicidad, clase, ocupación, religión y raza, entre otros. Por ejemplo, hay clubes de fútbol en el Congo apoyados por aficionados que comparten una misma religión, ocupación o clase social.

En Camerún, como explicó Pannenberg (2012), los clubes siempre tienen su base local, ya sea en un vecindario, ciudad o pueblo. Por lo tanto, la importancia de la ubicación, el origen étnico, el idioma oficial y, en cierta medida, la lengua indígena, es evidente para realizar la identificación con un equipo, aunque la base de seguidores de algunos clubes populares va más allá de las fronteras locales, principalmente debido a la diáspora. Además de esto, la política también está desempeñando un papel en la pertenencia al grupo, especialmente en los clubes de las partes anglófonas del país (Pannenberg, 2012). De hecho, excluyendo el etnicismo, que aún es fuerte en África (Onwumechili y Akindes, 2014), la identificación con el club local es similar a la que vemos en otros países (véase, por ejemplo, el caso de los clubes de fútbol españoles y la escuadra nacional descritos por Rodríguez Ortega, 2016).

De interés en el estudio del fútbol africano es el hecho de que la mayoría de los africanos también se identifican con equipos europeos, no solo por el éxodo de jugadores a Europa y otros continentes, sino también porque consideran que estos equipos son más profesionales y poderosos debido a su estilo de juego (Onwumechili y Akindes, 2014). Como destacan estos autores, la retransmisión de partidos de LaLiga y la Premier Ligue en directo vía satélite ha contribuido en gran medida a esta identificación.

2.6.2. La identificación con equipos nacionales de fútbol en España

Rodríguez Ortega (2016) argumenta que el deporte expresa la armonía y la unidad, es decir, que los eventos deportivos unen a los miembros de una nación en condiciones de mucha emoción colectiva donde se expresan sentimientos nacionales e ideologías antagónicas. Un ejemplo claro es lo que comenta González-Ramallal (2014) sobre la participación del equipo español en la Copa del Mundo de 2010 en Sudáfrica donde se alcanzó el mayor logro deportivo en competiciones internacionales y cómo la prensa deportiva participó activamente en construir y reforzar la identidad nacional.

Sin embargo, el fútbol sirve habitualmente para construir o reforzar la identidad nacional española pero también para promover el nacionalismo periférico dentro del estado como en el País Vasco y Cataluña en oposición a Madrid (Tuñón y Brey, 2012). Clubes españoles se identifican con ideas nacionalistas, el Barça con el nacionalismo catalán y, más recientemente, con el separatismo, y el Madrid con el nacionalismo español (Crolley, 2008; González-Ramallal, 2014; Rodríguez Ortega, 2016). Hernández Alonso (2003) argumenta que, durante el período de la Transición, con el establecimiento de las autonomías se promovieron los elogios de los hinchas con términos específicos de cada región. Así, se elogia al club catalán con *Visca* y el lema del Barcelona es “més que un club”, lo que resalta el amor al club entre los catalanes y un proceso para expresar los sentimientos regionales o nacionalistas. Llopis-Goig (2015) examina las implicaciones identitarias del FC Barcelona y su papel como símbolo de Cataluña. Según este autor, está claro que los catalanes, mucho más que los españoles en general, perciben al FC Barcelona como una especie de “equipo nacional”. Llopis-Goig observa una aparente paradoja que nos indica que el 39% de los aficionados del Barcelona no tiene en cuenta de dónde provienen los futbolistas de su equipo y solo el 17% prefiere jugadores nacidos en Cataluña. Los resultados de Llopis-Goig sobre la identificación de aficionados con los clubes locales revelan que, para los catalanes, el Barcelona, uno de los equipos españoles con más jugadores extranjeros, es compatible con su carácter como símbolo nacional de Cataluña.

Tanto la identificación con el Real Madrid CF como con el Barça va más allá de la ciudad donde se encuentra el club: de los españoles que se identifican con un equipo de fútbol, seis de cada diez españoles lo hacen con uno de estos dos clubes (Llopis-Goig, 2015). Por esto, este autor comenta que, por ejemplo, la audiencia del Real Madrid CF es seis veces mayor que la del Valencia CF, el club con la tercera mayor proporción de aficionados a nivel nacional, y el FC Barcelona tiene cinco veces la base del Valencia CF.

En el contexto de esta investigación, cuando se trata de los comentarios de Facebook, la globalización puede borrar estas posiciones polémicas: es probable que la mayoría de los 100 millones de personas en todo el mundo que siguen diariamente las páginas oficiales de Facebook del Barça y el Real Madrid no son conscientes de las confrontaciones nacionalistas pasadas y actuales en España.

2.6.3. Fútbol e identificación de grupos en línea.

La definición de comunidades en línea es muy amplia y abarca una variada gama de temas, metodologías, teorías y prácticas (Preece y Maloney-Krichmar, 2005). En general, la comunidad en línea es un término usado para referirse a casi cualquier grupo de personas que usan tecnologías de Internet para comunicarse entre sí (Preece y Maloney-Krichmar, 2005). Esta definición también se puede aplicar a las nuevas comunidades de aficionados al fútbol en Facebook, es decir, comunidades completamente nuevas creadas gracias a la disponibilidad de nuevos medios (Peuronen, 2011). Los grupos de afinidad en línea en Facebook se asemejan a comunidades de amigos, como señaló Papacharissi (2002) sobre las primeras comunidades reunidas en la web; en nuestro caso, estas comunidades se parecen a grupos de amigos que se reúnen para hablar o ver su pasatiempo favorito en un bar.

Normalmente, las personas que participan en estas comunidades deportivas señalan su pertenencia al grupo compartiendo noticias sobre sus jugadores favoritos, éxitos, historia del club o cualquier noticia referente al club, lo que todos comparten sirve para marcar su identidad colectiva (Peuronen, 2011). En las comunidades de aficionados al fútbol en línea en particular, los participantes suelen recurrir a estas opciones, que también implican la mezcla de lenguas, para reforzar su afición, mostrar su apoyo y demostrar un interés especial en un jugador (Kytölä, 2014) o en un equipo. Los participantes en comunidades en línea se identifican a sí mismos como miembros de grupos específicos y distintos de los demás al demostrar sus habilidades a la hora de tomar las decisiones lingüísticas, semióticas y discursivas apropiadas en diferentes situaciones comunicativas (Peuronen, 2011: 155). Sin embargo, no todas las decisiones

son válidas para manifestar la pertenencia al grupo en estos foros, una identidad compartida se basa solo en el dominio y la utilización de contextos lingüísticos y culturales comunes, como eslóganes y arengas, así como en el conocimiento de los jugadores y la historia del equipo (Chovanec, 2009).

Capítulo 3

Metodología

3.1. Preguntas de investigación

Las preguntas previas que se tratan en nuestra investigación son las siguientes:

- En los grupos multilingües formados por aficionados al fútbol en Facebook, ¿cómo se negocia la elección de lengua?, ¿qué lenguas se utilizan en cada comunidad?, ¿cuántas lenguas participan en estos intercambios comunicativos en las páginas camerunesas y las páginas españolas?
- Los hablantes multilingües de Camerún, ¿usan más lenguas al escribir en Facebook en comparación con comunidades multilingües formadas por simpatizantes multinacionales de los clubes de fútbol españoles más populares?, ¿sus escritos reflejan el multilingüismo en línea?
- ¿Cuál es la frecuencia del cambio de código y de la elección de lengua en estos dos países?

- ¿Qué estrategias utilizan los hinchas para crear diversas identidades futbolísticas?
- ¿Cuáles son las funciones de la elección de lengua y del CC en estos entornos lingüísticos?

¿La elección de lengua refuerza la identidad grupal de pertenencia a un equipo?

Partimos de dos grandes grupos formados por comunidades multilingües: un grupo está formado por hinchas de fútbol de Camerún y otro grupo formado por simpatizantes de clubes españoles. El objetivo del análisis es ver si la elección de lengua y el cambio de código en las interacciones de los hinchas en las páginas oficiales de los clubes de fútbol de Facebook en estos dos países son similares. Estas comunidades en línea son multilingües; la de Camerún está formada por simpatizantes de los equipos de fútbol del país que como se ha comentado previamente hablan varias lenguas y las de los clubes españoles están formadas por simpatizantes de estos equipos que provienen de países de todo el mundo y, por tanto, también son comunidades donde varias lenguas están en contacto. La razón principal de la elección de este corpus en concreto es que en ambos casos los usuarios de Facebook tienen a su disposición varias lenguas con las que interactuar, en el caso de Camerún porque este país es altamente multilingüe y en el caso de los clubes españoles, porque atraen a aficionados de todo el mundo. Asimismo, en ambos grupos, las lenguas locales compiten con lenguas globales, normalmente con el inglés. En concreto, tenemos las lenguas indígenas camerunesas y el catalán que compiten con las lenguas oficiales de sus territorios o con las otras lenguas oficiales en el caso de España; en Camerún las lenguas indígenas no tienen carácter oficial como se ha dicho anteriormente. Por tanto, la elección de estas lenguas normalmente está relacionada con la identificación que los usuarios dan a estas como marcadores de la identidad grupal. Por otro lado, internautas de todo el mundo pueden acceder a las plataformas virtuales por lo que las lenguas locales y nacionales compiten con el inglés como lengua global de comunicación en la red. En ambos grandes grupos, demostraremos que la elección de una determinada lengua de comunicación tiene una clara relación con el papel que los usuarios otorgan a cada lengua que está en juego en estos entornos comunicativos, lenguas de carácter local y global, lo que nos puede ayudar a entender cómo actuamos en entornos multilingües, espacios virtuales translingüales de comunicación cada vez más habituales en nuestra comunicación diaria.

3.2. El corpus

El punto de partida inicial de esta investigación fue la de reunir un corpus de comentarios de páginas de las universidades camerunesas para tratar la comunicación electrónica en el mundo académico. Sin embargo, tras haber dedicado varios meses a esta tarea, la autora de esta Tesis tuvo que abandonar esta idea debido, principalmente, al bajo número de comentarios académicos cameruneses recopilados. La baja penetración de Internet en Camerún es la razón principal de la ausencia de comunicación por Internet en la universidad. Por ejemplo, una herramienta de comunicación como el correo electrónico, tan habitual en las universidades europeas desde hace muchos años, no está activa aún en la comunidad universitaria camerunesa (Pérez-Sabater y Maguelouk Moffo, 2018). Por lo tanto, esta investigación se reorientó hacia el entorno futbolístico, ya que aquí encontramos intercambios comunicativos que podían formar un corpus suficiente para una investigación de esta entidad. Así pues, el corpus de este trabajo de investigación está formado por escritos de hinchas de fútbol en Facebook recopilados de forma aleatoria entre 2016 y 2018; son comentarios publicados en las páginas oficiales de los clubes más importantes de Camerún y España que detallamos a continuación.

3.2.1. Camerún

El corpus de Camerún recopilado para esta investigación lo integran los siguientes comentarios:

400 comentarios públicos publicados por 400 seguidores de fútbol en las páginas oficiales de Facebook de los dos clubes más populares de Camerún (de cada participante solamente se ha escogido 1 comentario para formar el corpus) formados por:

- a) 200 comentarios del Coton Sport Garoua (8000 seguidores en Facebook), situado en la región francófona de Garoua. Fulfuldé y árabe son las lenguas mayoritarias que se hablan en esta zona. El club fue fundado en 1986 por empleados de la Société de Développement du Coton du Cameroun (SODECOTON). Los hinchas del país identifican al club con la palabra “Coton” y su apodo es los algodonereros “les cotoniers”. Este apodo se utiliza también como lema del equipo. Los comentarios de la página oficial del Coton Sport de Garoua se muestran en el siguiente enlace web: https://www.facebook.com/search/top/?q=coton%20sport%20fc%20de%20garoua%20-%20officiel&epa=SEARCH_BOX

- b) 200 comentarios del Union Sportive Douala (alrededor de 6000 seguidores en Facebook), club de primera división situado en la localidad de Douala, segunda ciudad más importante del país, región francófona. Las lenguas indígenas camerunesas que se hablan en esta región son el basaa y el duala o douala. El club fue fundado en 1957. El apodo de este club es “Nassaras Kamakai” en fulfuldé que significa adelante los blancos. Este apodo es también el eslogan que se usa para animar al club. Los aficionados de este club se identifican con las palabras “Union” y “Nassara”. Estos comentarios de la página oficial del Union Sportive de Douala se pueden consultar en: <https://www.facebook.com/USD-I-Union-Sportive-De-Douala-1671779643039558/>

Sin embargo, dado que Camerún es un país con poca penetración de Internet, el corpus formado mediante los comentarios de estos dos clubes no parecía lo suficientemente amplio para el estudio, a pesar de que recogía la mayoría de los comentarios publicados en estas páginas durante 2017. Por lo tanto, tuvimos que recurrir a la página oficial de Facebook del futbolista más famoso del país, Samuel Eto’o Fils. Este camerunés nacido en 1981 ha sido galardonado con el premio Futbolista Africano del Año varias veces (2003, 2004, 2005 y 2010). Actualmente, es el máximo goleador histórico de la selección de Camerún y también el octavo máximo goleador en la historia del FC Barcelona. Hemos elegido para completar el corpus de Camerún 200 comentarios escritos por los 9 millones de seguidores de este jugador en su página web. Los aficionados otorgan a este jugador varios apodos como “Sami”, “el león indomable”, “papá Eto’o”, etc. La mayoría de los hinchas lo llaman también por su apellido “Eto’o”. Los cometarios de la página del futbolista Samuel Eto’o Fils están en: <https://www.facebook.com/setoo99/>

Los textos de la página de Eto’o se seleccionaron cuidadosamente para que fueran representativos de las interacciones de los cameruneses, ya que los aficionados del fútbol de muchos países participan activamente en su página. Esta selección se basó primero en la lengua utilizada en los textos: inglés o francés con léxico específico del francés de Camerún y/o palabras en lenguas indígenas camerunesas (por ejemplo, siguiendo las indicaciones del proyecto IFACAM II: Inventaire des particularités lexicales du français en Afrique- Cameroun). Una vez elegidos los comentarios se verificó su autoría en la sección “acerca de” para confirmar que estos participantes eran de Camerún. Las interacciones en la página web de Eto’o pueden estar orientadas a un público diferente del de las páginas de los clubes, dado que en muchos casos son comentarios aduladores de la figura pública del ídolo africano y no únicamente de su

forma de jugar al fútbol. Sin embargo, siguiendo la clasificación de Herring (2007) que enumera los factores situacionales que condicionan la variación en la comunicación electrónica, los comentarios de las 3 comunidades camerunesas en línea seleccionadas para esta Tesis Doctoral tienen básicamente los mismos objetivos y temas: fútbol y Camerún, por lo que, ante la ausencia de más ejemplos de los clubes de fútbol, estos comentarios se consideraron válidos como ejemplo real de comunicaciones en Camerún sobre fútbol.

A lo largo de este trabajo de investigación, nos referiremos a los clubes cameruneses por sus nombres oficiales y algunos de sus apodos: el Coton (Coton Sport de Garoua FC), el Union o Nassara (Union Sportive de Douala FC) y Samuel o Eto'o (Samuel Eto'o fils).

En total, el corpus de Camerún está formado por 600 comentarios que se muestran públicamente en Facebook.

3.2.2. España

Para esta investigación, incluimos en el corpus un total de 1500 comentarios publicados en las páginas oficiales de Facebook de los clubes de fútbol españoles más populares:

- a) 500 comentarios del FC Barcelona (más de 100 millones de seguidores en Facebook), conocido popularmente como el Barça, se sitúa en Barcelona, España. Fue fundado como club de fútbol en 1899. El eslogan de este club es “Visca Barça” y el apodo de los simpatizantes es “culés” y, en referencia a sus colores, se denominan también “azulgranas o blaugranas”. La web de este club es <https://www.facebook.com/fcbarcelona/>
- b) 500 comentarios del Real Madrid CF (más de 100 millones de seguidores en Facebook), más conocido como Real Madrid o simplemente el Madrid, se sitúa en Madrid, España. Fue fundado en 1902 y se identifica por su color blanco del que recibe el apodo de “blancos” o “merengues”; el eslogan es “Hala Madrid”. La web del club es <https://www.facebook.com/RealMadrid/>
- c) 500 comentarios del Valencia CF (más de 3 millones de seguidores en Facebook) se encuentra en la ciudad de Valencia, España. Este club de fútbol fue fundado en 1919 y se identifica con el eslogan “Amunt València”; a los valencianistas se les llama los del Mestalla (nombre del estadio) o el equipo naranja. La web de este club es <https://www.facebook.com/ValenciaCF/>

Antes de seguir con la explicación del corpus y la metodología empleada hay que puntualizar que este corpus lo conforman 1500 ejemplos que son los que se pueden abarcar para esta Tesis Doctoral. Se necesitaría un equipo compuesto por expertos en lingüística de corpus de varios continentes para analizar todos los textos publicados por los hinchas en estas páginas en un mes por lo siguiente: en la página del Real Madrid, por ejemplo, más de 1500 comentarios siguen normalmente a cada noticia que publica el club, que divulga varias noticias diariamente, sobre todo, los días de partido. Así pues, la cantidad de comentarios que cada día se publican en esta página suele ser de más de 5000. Como se ha dicho en la Introducción, tanto el real Madrid como el Barça son los dos equipos más activos en redes sociales en el mundo según el periódico británico *The Guardian*.

A lo largo de este trabajo de investigación, nos referiremos a los clubes españoles por sus nombres oficiales y algunos de sus apodos: el Barcelona o el Barça (FC Barcelona), el Madrid o los blancos (Real Madrid CF) y el Valencia (Valencia CF).

Tanto en el corpus de Camerún como en el formado por comentarios a las páginas de los clubes españoles, solo se eligieron los comentarios que incluían al menos una oración. No se consideraron los formados exclusivamente por eslóganes y arengas del equipo, ya que este análisis no proporcionaría resultados enriquecedores: analizar los omnipresentes “Visca Barça”, “Hala Madrid” o “Amunt Valencia” como ejemplos de español o catalán no aportaría ningún dato revelador sobre el cambio de código o elección de lengua. Los comentarios que incluyen videos también se descartaron en este estudio. Tampoco se eligieron los comentarios que únicamente incluían emoticones. Estudios posteriores pueden examinar la interacción entre los emoticones y la identidad. Con fines éticos, analizamos solo los mensajes que se muestran públicamente. Los comentarios se presentan tal como aparecen en la pantalla, incluyen símbolos, gráficos y errores tipográficos, pero excluyen información personal como apellidos y caras visibles. No sabemos con certeza la edad real, el nombre o la nacionalidad de los autores de los textos, pero para este estudio no cuestionamos estos datos, aceptamos la información y las imágenes que se muestran en el perfil de la persona como “reales”.

El proceso de recopilación del corpus ha sido el siguiente:

En primer lugar, todos los mensajes se descargaron, copiaron y pegaron en un documento de Word para que las lenguas empleadas en estos comentarios pudieran codificarse y contarse mucho más fácilmente. En segundo lugar, para preservar el formato original de los comentarios que incluían fenómenos de mezcla de idiomas e ilustrar mejor cómo se produce el discurso que presenta mezcla de lenguas, se recortaron

los comentarios y se anonimizaron totalmente, eliminando apellidos y borrando las caras de los autores.

3.3. Método del análisis

El objetivo de esta investigación es un estudio cuantitativo del corpus de comentarios de Facebook para arrojar luz sobre los aspectos más importantes de las prácticas lingüísticas de los participantes y confirmar cuál es la lengua preferida en cada comunidad, porque la lección de lengua puede estar directamente relacionada con la identidad del club, según afirma Crolley (2008). Este análisis cuantitativo proporciona los porcentajes de lenguas diferentes en el total de los comentarios elegidos. En el caso de los clubes cameruneses, los comentarios que conforman este corpus representa prácticamente la totalidad de mensajes intercambiados, el 75%, porque, como se ha dicho anteriormente, se eligió solo 1 comentario por autor. En los equipos españoles, más de 1000 comentarios se suben a estas páginas diariamente (por ejemplo, cada noticia publicada por el Barça se comenta por más de 1500 usuarios) por lo que, en estos casos, los ejemplos que forman parte del corpus se eligieron al azar entre los publicados en cada comunidad española en línea. Estos comentarios se almacenaron en diferentes archivos para evitar confusiones durante el análisis. En la sección de resultados, las cifras que se muestran en las tablas representan estos porcentajes. En el caso de Camerún, hemos analizado los 3 grupos en su totalidad dado que los porcentajes son muy similares y no es relevante la distinción por subgrupo. En el caso de España, por el contrario, mostramos las cifras por club, ya que los porcentajes son ligeramente diferentes.

Además de los estudios cuantitativos, Leppänen y Peuronen (2012) indican que necesitamos más investigación sobre el multilingüismo en línea desde una variedad de perspectivas y metodologías para documentar las especificidades y diferencias entre las lenguas elegidas y sus funciones y significados en Internet. Por tanto, en una segunda fase del estudio, seleccionamos los comentarios que presentaban más de una lengua para llevar a cabo un análisis del discurso detallado; alrededor del 70% de los comentarios analizados aquí incluían algún ejemplo de mezcla de lenguas. Los cambios de código y la elección de código o lengua son marcas de contextualización que proporcionan información de contexto (Hinrichs, 2006). Intentamos explicar cómo se utilizan estas marcas o señales en las comunidades virtuales multilingües, siguiendo ampliamente el enfoque del análisis del discurso electrónico (CMDA, del inglés Computer-mediated Discourse Analysis) descrito por Herring (2007) ya que, en su opinión, la elección de una lengua en particular en grupos de CE multilingües sirve para diferentes funciones del discurso (véase también Tsiplakou, 2009; Androutsopoulos, 2013; Montes-Alcalá, 2016, para funciones y valores de identidad de la heterogeneidad lingüística). De la

variada lista de funciones del discurso descritas por estos autores y señaladas anteriormente, en esta Tesis Doctoral nos centraremos exclusivamente en aquellas funciones que normalmente conllevan el uso de lenguas minoritarias en textos donde la lengua base es una lengua mayoritaria, siguiendo las investigaciones al respecto de Gumperz (1977), Hinrichs (2006) y Lee (2016). Como se explicó anteriormente, el cambio a códigos locales es uno de los recursos preferidos para crear marcadores de solidaridad dentro del grupo (Tsiplakou, 2009) o para mantener la identidad dentro del grupo (Lee, 2016). En consecuencia, todos los comentarios escritos en más de una lengua se identificaron primero y luego se examinaron para analizar las funciones que el cambio de código y la mezcla de lenguas presentan y que, en muchos casos, sirven para la construcción de identidad. Las funciones señaladas por Androutsopoulos (2013) en el apartado parámetros marcan a menudo la identidad grupal o alineación con el grupo; cambiar de código es también un recurso para expresar identidad o afinidad local y/o global (Lee, 2016). Se proporcionarán cifras para respaldar algunas de las afirmaciones sobre estas funciones en las secciones de resultados y conclusiones, aunque los estudios sobre la mezcla de lenguas ahora se están alejando del análisis cuantitativo (Li, 2011).

Antes de mostrar los resultados, debemos aclarar de nuevo que el multilingüismo en línea en este estudio no se refiere a la simple coexistencia de múltiples lenguas en la misma página en línea, lo que no se considera un fenómeno de mezcla de lenguas como, por ejemplo, el cambio de código (Lee, 2016). Más bien, investigamos la coexistencia de más de una lengua en el mismo acto comunicativo, en el mismo comentario publicado en la página. Además, es necesario recordar que, si bien los dos clubes de Camerún tienen un carácter local claro y, por lo tanto, las publicaciones oficiales en sus páginas de Facebook solo están escritas en francés, las de los equipos españoles son multilingües (véase la sección 1.1). Casi todas las publicaciones oficiales del Barça en su página de Facebook están siempre en tres lenguas: catalán, español e inglés, las publicaciones del Madrid suelen estar en español e inglés, y las del Valencia en catalán y español. En este momento, Facebook tiene la posibilidad de traducir cualquier texto a muchos idiomas, independientemente del idioma en que esté escrito el mensaje, sin embargo, en el caso de las lenguas indígenas camerunesas, esta opción no es todavía posible.

Finalmente, es importante subrayar que los porcentajes y ejemplos proporcionados en la sección de resultados muestran la tendencia general de la comunidad en el momento de la recopilación de los comentarios del corpus. En comunidades en línea muy activas, como las formadas por los equipos de fútbol españoles, hay tantas conversaciones escritas que tienen lugar diariamente que necesitaríamos un gran número de investigadores que hablaran varias lenguas

fluidamente y expertos también en procesamiento informático de grandes corpus para llevar a cabo un análisis estadístico que documentara en detalle estas interacciones y las estrategias de mezcla de lenguas involucradas en todos los comentarios publicados durante un período largo, utilizando, además, *machine learning* o *deep learning*. Lamentablemente, en este momento, esta tarea está fuera de nuestro alcance.

El estudio manual de los comentarios se complementa con los análisis informáticos que proporcionan “WordSmith Tools”, herramienta para analizar el corpus diseñado por Mike Scott de la Universidad de Liverpool.

3.4. Análisis del corpus con WordSmith

WordSmith es una herramienta informática para el tratamiento informático de textos. Engloba un conjunto de programas que posibilitan el estudio de corpus bajo varios enfoques. En este apartado, antes de explicar el modo de empleo de esta herramienta en esta Tesis, describimos sus prestaciones. La información que se muestra sobre ellas se ha extraído de la web (<https://www.lexically.net/wordsmith/>):

- Concord: hace una lista de palabras en contexto o archivo de textos web
- KeyWords: compara las listas de palabras tomadas en el corpus
- WordList: organiza las palabras que se muestran en orden alfabético y de frecuencia.

Las funciones de los tres programas definidos son:

1- Concord:

- Especifica una palabra
- Presenta una pantalla de concordancia
- Facilita el acceso a la información sobre las colocaciones de la palabra
- Sirve para guardar las listas para su uso posterior
- Puede editarse, imprimirse y copiarse en un procesador de texto

En la siguiente figura, se puede ver un ejemplo del programa Concord.

File	Edit	View	Compute	Settings	Windows	Help
N	Concordance	Set	Tag	Word #	Sen	Sen
1	sociable... je pense que tu es né avec papa Eto'o, la compassion innée en toi			2,231	12932%	
2	nous valoriser. Tu es et resteras notre « papa Eto'o » national . Love you			2,059	11773%	
3	tes samedis au Cameroun maintenant? papa éto'o moi je me falla encore tu me			1,974	10813%	
4	grand coeur comme toi ou comme mon papa adoptil. Bravo à toi. Your are the			2,404	13794%	
5	aux enfants africains. "Peace and love" Papa Eto'o , ma seul besoin c'est de te			3,225	17531%	
6	un peu. Wish you the best big bro. Papa Samuel Eto'o, tu es la base !! Je			3,082	16325%	
7	© L'exemple vaut mieux que la leçon papa , le King, le sommet des sommet,			2,908	15659%	
8	le seul!! Mon idole Welcome au pays Papa Eto'o!! Belle reconnaissance le			303	2238%	
9	actuellement c'est de rencontrer le 9. papa na gangamba le seul!! Mon idole			293	2178%	
10	bonne chance Samy ton grand-père papa Fama de l' omnisport sera ravis de			271	2070%	
11	The king, The Monster, The Legend. Papa Eto'o total respect et merci			572	43 8%	
12	fer et a ta famille. Peace and love Mon Papa Eto'o pourquoi tu love Dakar ?			1,855	9755%	
13	.I LOVE Oui moi je veut être ton invité papa eto'o mon idole..je te laisse mon			1,375	8056%	

Figura 1: Ejemplo de concordancia: el caso de Papa en los comentarios de Samuel Eto'o

2- KeyWords:

- Localiza e identifica palabras clave en el texto
- Compara las palabras en el texto con un conjunto de palabras de referencia
- Destaca la frecuencia de palabras clave

File	Edit	View	Compute	Settings	Wi
N		Key word	Freq.	%	
1		MADRID	76	1.31	
2		EL	86	1.48	
3		Y	98	1.69	
4		LOS	43	0.74	
5		POR	36	0.62	
6		DEL	41	0.71	
7		THE	115	1.99	
8		HALA	38	0.66	
9		NO	43	0.74	
10		MEJOR	24	0.41	
11		VALENCIA	23	0.40	
12		REAL	23	0.40	
13		CON	23	0.40	
14		SIEMPRE	22	0.38	
15		LO	22	0.38	
16		EQUIPO	21	0.36	
17		GOD	4	0.07	
18		MON	7	0.12	
19		C'EST	3	0.05	
20		AU	4	0.07	

Figura 2: Ejemplo de lista de palabras clave

3- WordList:

- Realiza una lista por orden alfabético
- Realiza una lista por orden de frecuencia
- Combina la lista por orden alfabético y de frecuencia
- Las listas pueden guardarse como archivos de texto
- La estadística muestra la longitud de palabras, frases y párrafos. El programa también proporciona el número de palabras según el número de letras: *type* (número de palabras distintas), *token* (número total de palabras) y la relación entre ambas.

- Organiza el texto según su léxico

File	Edit	View	Compute	Settings	Wind
N			Word	Freq.	%
1			MADRID	74	2.53
2			THE	70	2.39
3			DE	55	1.88
4			Y	49	1.67
5			YOU	49	1.67
6			A	45	1.54
7			EL	45	1.54
8			#	42	1.44
9			HALA	37	1.26
10			AND	33	1.13
11			BEST	32	1.09
12			QUE	31	1.06
13			I	27	0.92
14			FOR	25	0.85
15			OF	24	0.82
16			TO	24	0.82
17			LA	23	0.79
18			REAL	23	0.79
19			POR	22	0.75
20			WE	22	0.75

Figura 3: Ejemplo Wordlist: lista de palabras de los comentarios del Madrid

Para usar este programa, el texto debe tener un fichero de extensión tipo (.txt) que se ha introducido en un Bloc de notas, como se observa en la siguiente figura:

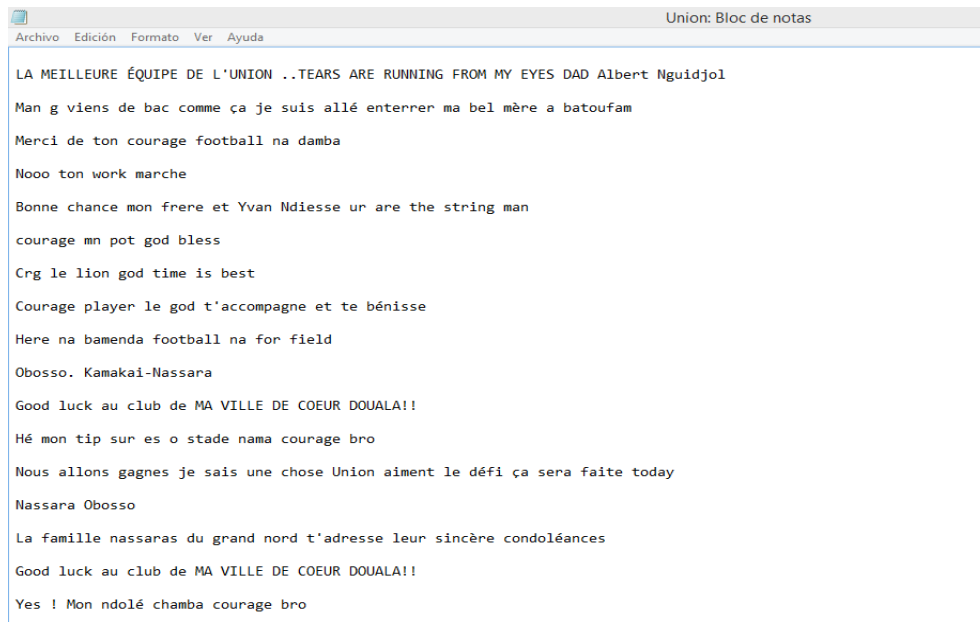


Figura 4: Texto introducido en el bloc de notas

Tras introducir el texto en este fichero (.txt), se abre la herramienta WordSmith donde se hace un clic en uno de su programa WordList como lo indica la flecha azul.

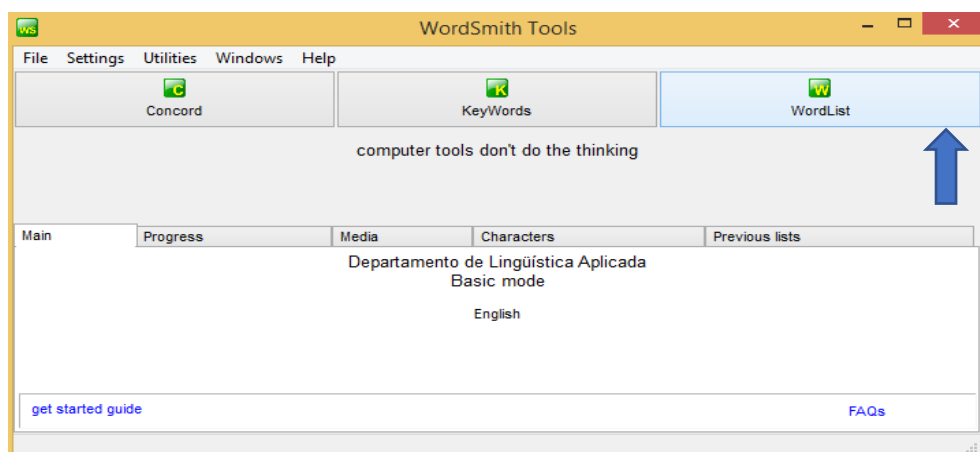


Figura 5: Herramienta del programa WordSmith

En la siguiente etapa, se hace un clic en el fichero para que nos proporcione opciones de crear nuevos ficheros o abrir otros ficheros ya presentes en el programa.

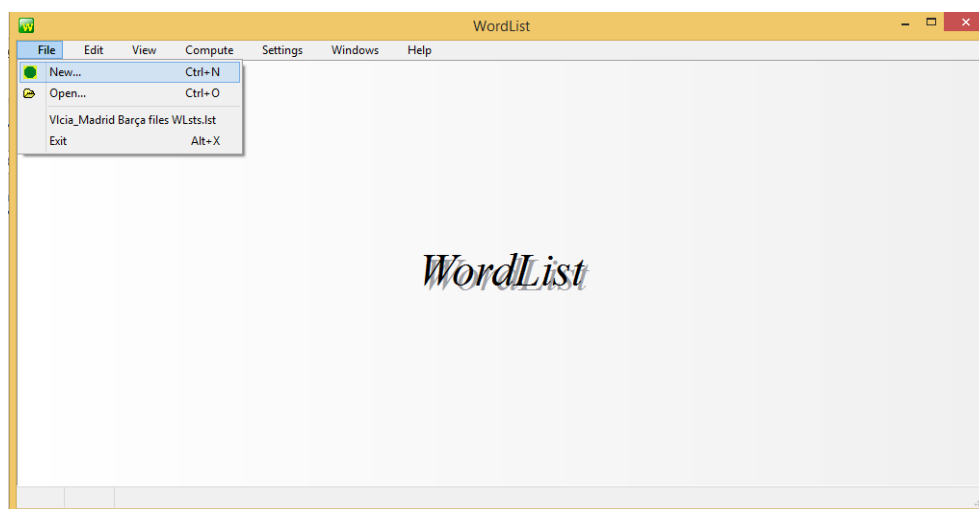


Figura 6: WordList

Cuando se abre el nuevo fichero, se hace un clic en el botón “OK” que nos permite llegar a la siguiente figura que pide que elijamos el texto ahora.

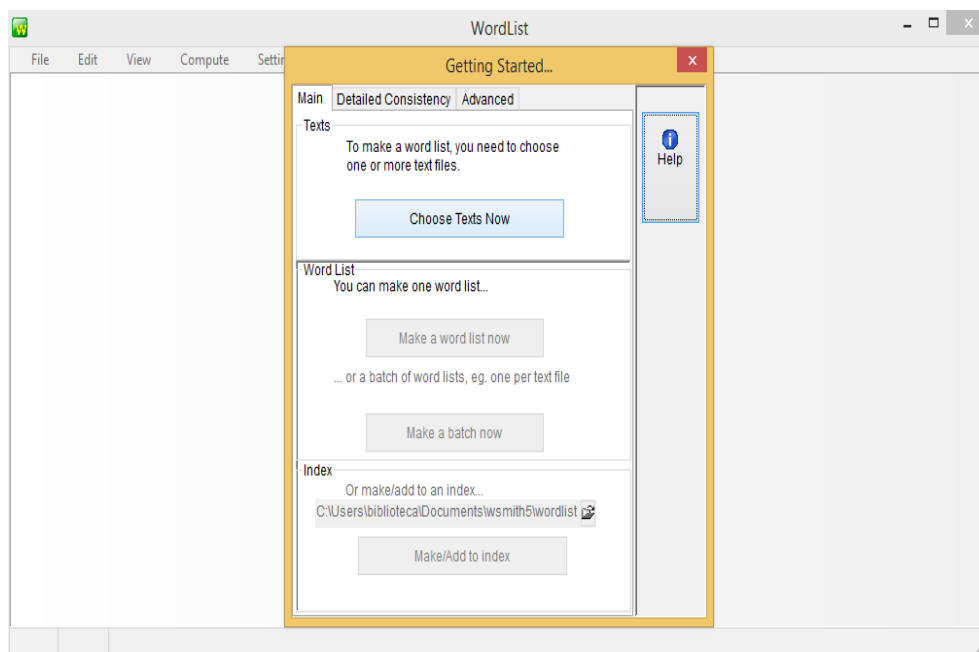


Figura 7: Proceso de activación del programa WordSmith

Una vez que se hace un clic en elegir texto ahora, se puede introducir el texto de tipo (.txt) y hacer un clic en “OK” para crear la lista de palabras del mismo texto.

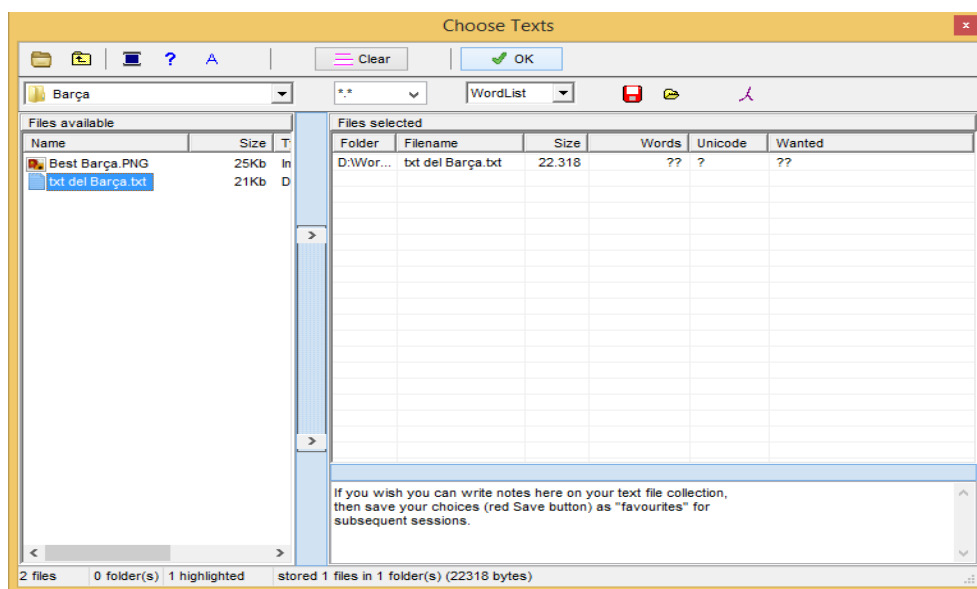


Figura 8: Proceso de introducción del texto en el programa

El paso siguiente nos da la posibilidad de poder generar una lista de palabras tras haber introducido el texto en formato .txt.

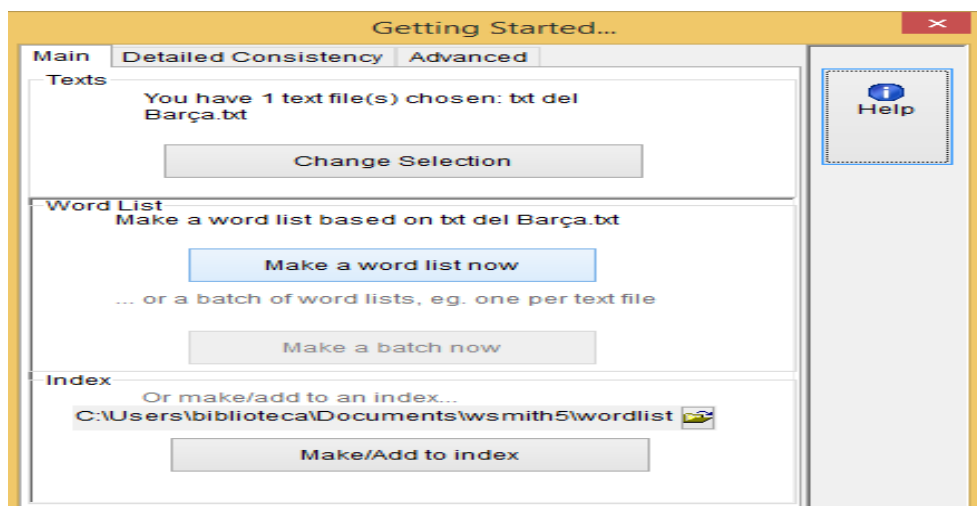
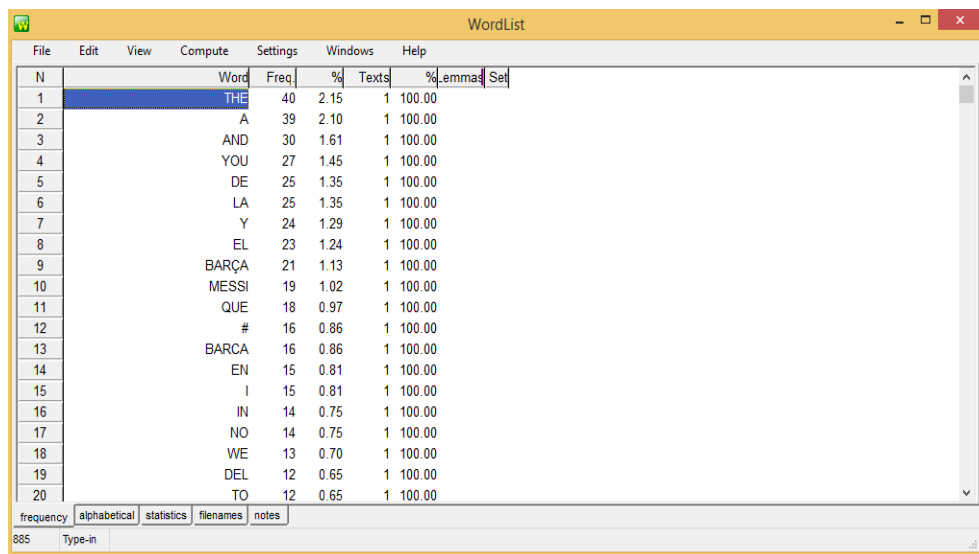


Figura 9: Etapa para generar la lista de palabras

La Figura 10 nos muestra una lista de palabras generada donde la frecuencia de palabras del texto utilizado incluye los porcentajes de cada elemento empleado en el texto analizado.



The screenshot shows the WordList application window. The menu bar includes File, Edit, View, Compute, Settings, Windows, and Help. The main window displays a table with the following data:

N	Word	Freq	%	Texts	%_emmas	Set
1	THE	40	2.15	1	100.00	
2	A	39	2.10	1	100.00	
3	AND	30	1.61	1	100.00	
4	YOU	27	1.45	1	100.00	
5	DE	25	1.35	1	100.00	
6	LA	25	1.35	1	100.00	
7	Y	24	1.29	1	100.00	
8	EL	23	1.24	1	100.00	
9	BARÇA	21	1.13	1	100.00	
10	MESSI	19	1.02	1	100.00	
11	QUE	18	0.97	1	100.00	
12	#	16	0.86	1	100.00	
13	BARCA	16	0.86	1	100.00	
14	EN	15	0.81	1	100.00	
15	I	15	0.81	1	100.00	
16	IN	14	0.75	1	100.00	
17	NO	14	0.75	1	100.00	
18	WE	13	0.70	1	100.00	
19	DEL	12	0.65	1	100.00	
20	TO	12	0.65	1	100.00	

At the bottom of the window, there are tabs for frequency, alphabetical, statistics, filenames, and notes. The status bar shows '885 Type-in'.

Figura 10: Lista de frecuencia y porcentajes de palabras generado por WordList

Cabe señalar que el número de palabras observado nos permite aclarar los porcentajes obtenidos en cada término de la lista generada. La siguiente ecuación nos permite saber cómo se han calculado los porcentajes de cada palabra. Estos cálculos tecnológicos permiten operaciones que no serían viables si se hicieran manualmente. De hecho, para calcular el porcentaje de una palabra sacada de un texto, se debe identificar el número de palabras (frecuencia), dividir esta frecuencia por el total de palabras que se encuentra en las estadísticas “Tokens (runing words) in text” y multiplicar la respuesta de esta división por 100.

$$\text{Porcentaje de (una palabra)} = \frac{\text{Frecuencia de la palabra}}{\text{Tokens (runing words)in text}} \times 100 \quad (1)$$

Tras recopilar el corpus, se tuvo que preparar para que el programa de análisis textual WordSmith lo pudiera procesar. Como se ha especificado arriba, hemos llevado a cabo dos análisis: análisis manual y también mediante WordSmith. Para procesar el corpus electrónicamente, primero eliminamos la información personal de los autores, apellidos, fotos, caras visibles y enlaces de páginas web. Como ejemplo mostramos el comentario de un hinchista del Barça preparado para ser procesado. Queremos recalcar que no vamos a mostrar apellidos ni los rostros de los autores en los ejemplos.



Boo [redacted] El Barça ya la está cagando
Vendiendo buenos jugadores y hagarrando
jugadores de a 2 por 5 lol 😂 I don't know
what's the matter with those guys Dembele
and Gomez out but como Nadie los quiere
comprar allí los tienen lol 😂 creo no hay
liga ni Champion that's the way I think 🙄 I
think what I see!!

Me gusta · Responder · 4 sem

Comentario 1: Ejemplo de comentario de un simpatizante del Barça

Cuando se eliminan las partes que no proceden, el mensaje anterior está preparado para ser analizado por el programa WordSmith, como se muestra en el siguiente ejemplo:

El Barça ya la está cagando Vendiendo buenos jugadores y hagarrando
jugadores de a 2 por 5 lol 😂 I don't know what's the matter with
those guys Dembele and Gomez out but como Nadie los quiere comprar
allí los tienen lol 😂 creo no hay liga ni Champion that's the way
I think 🙄 I think what I see!!

Comentario 2: Ejemplo del texto anterior preparado para ser analizado con WordSmith

	File	Edit	View	Compute	Settings	Windows	Help
N	Concordance						
1	new Fernando Hierro ☺ ☺ Vamos Hala Madrid !!! Who is this ??? Who knows....						
2	the world's best football team "REAL MADRID " I believe and trust y'all for						
3	and all player,we are Champs...Hala madrid En forma oh no , cualquier						
4	durante los grandes compromisos. hala madrid ☹ ☹ ☹ ☹ We got new						
5	♥ Stay bless mi equipo ☹ ☹ Vamos mi Madrid cristiano Ronaldo estamos						
6	bonita foto eh nices images I loved hala Madrid , hala Madrid y nada más and I						
7	nices images I loved hala Madrid, hala Madrid y nada más and I like ronaldo						
8	love you Que grande te ves Real Madrid !!!! ☺ ☺ ☺ ☺ Follow the leader... ☺						
9	, Llorente and Vallejo.. Vamos mi Madrid ☹ ☹ ☹ Muy bonita foto eh nices						
10	pondre una pausa como fan bye madrid !!!! Merci beaucoup Monsieur....						
11	de la planète football ! Viva ao réal de Madrid Hasta la vista Real Madrid! ☺						
12	in the history of our beloved Real Madrid . Thank you zizuu for all you						
13	trae fichajes y alos mejores que tiene madrid no le aumenta sueldo despues						
14	ao réal de Madrid Hasta la vista Real Madrid ! ☺ Vamonos Juventus!!!! ☹ For						
15	Il fait du bien au réal. Les supporters a Madrid organisé une marche pour le						
16	players! I am simply amazed, RM ! Hala Madrid , vamos Real ♥ ♥ ♥ ☹ ☹ ☹ ☹ ☹						
17	du monde ☺ Félicitations allez-y Halla Madrid Quand je pense qu il y'a						
18	king ne finis jamais de m étonner hala Madrid on poursuit notre chemin Cr7						
19	ronaldo siiiii jejeje. why go else where? Madrid is currently the best team in the						
20	.Aprendo Español porque te amo Madrid Emoticono smile Encuentro						

Figura 11: Imagen de texto extraído del Madrid.

3.5. Descripción del corpus elaborado siguiendo el modelo de Herring (2007)

Herring (2007) clasifica el discurso electrónico atendiendo a dos factores: de medio y de situación. Los factores de medio influyen en el habla, es decir, en canales de comunicación como la sincronía, el modo en que se transmite el mensaje, la persistencia, el formato y el tamaño del mensaje en el búfer. Los factores de situación o sociales planteados por la misma autora incluyen: grupo, tamaño, rasgos de los participantes, propósito de la comunicación, tema, reglas de adecuación social, código y sistema de escritura. Este factor de situación se ajusta o depende de cada comunidad analizada. En las siguientes tablas, los elementos de estos factores de medio y situación describen los comentarios recopilados en los clubes de fútbol en Facebook. En primer lugar, definimos cada factor según Herring para aplicarlos al corpus elaborado. En las tablas resumimos los resultados extraídos tras aplicar estos factores para que la descripción de los corpus

sea lo más detallada posible. Estos resultados solo se mencionarán en la sección de resultados ocasionalmente. En la sección de resultados incidiremos en los aspectos más sobresalientes del análisis manual siguiendo los parámetros que se detallan en la siguiente sección.

Tabla 3: Factores de clasificación del discurso electrónico de Herring (2007: 13-23)

Factores del medio	Sincronicidad	Conexión simultánea entre los usuarios.
	Transmisión del mensaje	Transmisión mensaje por mensaje o carácter por carácter.
	Persistencia de la transcripción	El tiempo en que permanecen los mensajes en el archivo hasta su eliminación.
	Tamaño del mensaje	Cantidad de palabras autorizada por el sistema.
	Canales de comunicación	Formas de comunicación: visual (video, imagen), audio
	Mensajes anónimos	Modificación de la identidad.
	Mensajes privados	Mensajes reservados a unas personas específicas.
	Filtros	Ignorar o aceptar el mensaje de otro usuario.
	Citas	Copiar y pegar para facilitar la interacción.
	Formato del mensaje	Modo de presentación de los mensajes.
Factores de situación	Estructura de participación	Número de participantes en la situación comunicativa
	Rasgos de los participantes	Rasgos ideológicos y demográficos
	Objetivo	Papel de la interacción
	Actividades	Objetivos que alcanzar

	Tema	Contenido
	Tono	Formal o informal
	Normas	Prácticas formales en el entorno comunicativo
	Código	Variedad de lengua en la interacción
	Sistema de escritura	Tipo de alfabeto utilizado

Siguiendo al esquema anterior de Herring, lo adaptamos al corpus de esta Tesis de comentarios de hinchas de clubes de fútbol que resalta el grado de interactividad y simultaneidad de la interacción.

Tabla 4: Factores de clasificación de Herring (2007: 13-23) adaptados al corpus de Camerún

Factores de medio			
	Coton sport de Garoua fútbol club	Samuel Eto'o Fils	Union sportive de Douala fútbol club
Sincronización	Asíncrono	Síncrono/asíncrono (es una página tan dinámica que es difícil consultar comentarios antiguos)	Asíncrono
Transmisión del mensaje	Mensaje por mensaje	Mensaje por mensaje	Mensaje por mensaje
Persistencia del mensaje	El tiempo que los mensajes permanecen en el sistema no está indicado pero se pueden consultar mensajes antiguos	El tiempo que los mensajes permanecen en el sistema no está indicado pero no se pueden consultar mensajes antiguos	El tiempo que los mensajes permanecen en el sistema no está indicado pero se pueden consultar mensajes antiguos
Tamaño del mensaje	Número de caracteres limitado a 8000	Número de caracteres limitado a 8000	Número de caracteres limitado a 8000
Canales de comunicación	Texto, imágenes	Texto, imágenes, vídeos, etc.	Texto, imágenes

Mensajes anónimos	No se permiten pero no se puede asegurar que la identidad mostrada se corresponda con una persona física	No se permiten pero no se puede asegurar que la identidad mostrada se corresponda con una persona física	No se permiten pero no se puede asegurar que la identidad mostrada se corresponda con una persona física
Mensajes privados	Mensaje abierto al público	Mensaje abierto al público	Mensaje abierto al público
Filtros	Informaciones que pueden dañar a la imagen del destinatario están filtradas o suprimidas	Informaciones que pueden dañar a la imagen del destinatario están filtradas o suprimidas	Informaciones que pueden dañar a la imagen del destinatario están filtradas o suprimidas
Citas	Ausencia de mensajes idénticos o copiado y pegado	Presencia de mensajes idénticos o copiado y pegado	Ausencia de mensajes idénticos o copiado y pegado
Formato de mensajes	Mensajes cortos con características de la conversación oral	Mensajes muy largos que con características de la conversación oral	Mensajes cortos con características de la conversación oral
Factores sociales o de situación			
Estructura de participación	Pocos participantes activos entre los 8000 seguidores de la página	Muchos participantes activos entre los 9 millones de seguidores de la página	Pocos participantes activos entre los 8000 seguidores de la página
Rasgos de los participantes	Aficionados del club interesados por la marcha de su equipo	Aficionados al fútbol que siguen la carrera de su ídolo	Aficionados del club interesados por la marcha de su equipo
Objetivo	Animar al equipo, expresar emociones sobre sus logros, quejarse de la situación del país	Animar al jugador, compartir con otros aficionados sus emociones sobre su ídolo, recriminar que el jugador se haya aliado con el poder, quejarse de la situación del país	Animar al equipo, expresar emociones sobre sus logros, quejarse de la situación del país

Tema	Varios temas (guerra, amor, religión, la victoria) sobre el deporte y los que lo practican como los jugadores, el entrenador	Varios temas: guerra, amor, religión, victoria deportiva, éxito personal	Varios temas (guerra, amor, religión, la victoria) sobre el deporte y los que lo practican como los jugadores, el entrenador
Tono	Informal	Informal	Informal
Actividad	Redactar mensaje sobre las actividades del fútbol como el modo de jugar o de marcar goles, comparar y criticar a otro equipo.	Redactar mensaje sobre las actividades del futbolista, sus partidos, modo de jugar o de marcar goles, su vida personal	Redactar mensaje sobre las actividades del fútbol como el modo de jugar o de marcar goles, comparar y criticar a otro equipo
Normas	El club se reserva el derecho a eliminar mensajes no apropiados	Normas generales de Facebook. Se indica el historial de cambios	Normas generales de Facebook
Códigos	Lenguas indígenas de Camerún, francés, inglés, pidgin	Lenguas indígenas de Camerún, francés, inglés, pidgin	Lenguas indígenas de Camerún, francés, inglés, pidgin

Tabla 5: Factores de clasificación de Herring (2007: 13-23) adaptados al corpus de España

Factores de medio			
	Fútbol club Barcelona	Real Madrid club de fútbol	Valencia club de fútbol
Sincronicidad	Síncrono/asíncrono (es una página tan dinámica que es difícil consultar comentarios de días anteriores)	Síncrono/asíncrono (es una página tan dinámica que es difícil consultar comentarios de días anteriores)	Síncrono/asíncrono (es una página tan dinámica que es difícil consultar comentarios antiguos)
Transmisión del mensaje	Mensaje por mensaje	Mensaje por mensaje	Mensaje por mensaje

Persistencia del mensaje	El tiempo que los mensajes permanecen en el sistema no está indicado pero no se pueden consultar mensajes antiguos	El tiempo que los mensajes permanecen en el sistema no está indicado pero no se pueden consultar mensajes antiguos	El tiempo que los mensajes permanecen en el sistema no está indicado pero no se pueden consultar mensajes antiguos
Tamaño del mensaje	Número de caracteres limitado a 8000	Número de caracteres limitado a 8000	Número de caracteres limitado a 8000
Canales de comunicación	Texto, imágenes, vídeos, enlaces, etc.	Texto, imágenes, vídeos, enlaces, etc.	Texto, imágenes, vídeos, enlaces etc.
Mensajes anónimos	No se permiten pero no se puede asegurar que la identidad mostrada se corresponda con una persona física	No se permiten pero no se puede asegurar que la identidad mostrada se corresponda con una persona física	No se permiten pero no se puede asegurar que la identidad mostrada se corresponda con una persona física
Mensajes privados	Mensaje abierto al público	Mensaje abierto al público	Mensaje abierto al público
Filtros	La página indica que algunas informaciones que pueden dañar la imagen quedan filtradas o suprimidas	La página indica que algunas informaciones que pueden dañar la imagen quedan filtradas o suprimidas	La página indica que algunas informaciones que pueden dañar la imagen quedan filtradas o suprimidas
Citas	A menudo el mensaje se copia y se incluye la respuesta a ese mensaje	A menudo el mensaje se copia y se incluye la respuesta a ese mensaje	A menudo el mensaje se copia y se incluye la respuesta a ese mensaje
Formato de mensajes	Mensajes cortos	Mensajes cortos	Mensajes cortos

Factores sociales o de situación			
Estructura de participación	Muchos participantes activos entre los más de 100 millones de seguidores de la página	Muchos participantes activos entre los más de 100 millones de seguidores de la página	Bastantes participantes activos entre los más de 3 millones de seguidores de la página
Rasgos de los participantes	Motivados, competentes y experimentados en la transmisión de su mensaje	Motivados, competentes y experimentados en la transmisión de su mensaje	Motivados, competentes y experimentados en la transmisión de su mensaje
Objetivo	Animar, colaborar y proponer soluciones para el equipo	Animar, colaborar y proponer soluciones para el equipo	Animar, colaborar y proponer soluciones para el equipo
Tema	Varios temas de fútbol como la victoria, la derrota, la decepción, el amor por el equipo y sus jugadores, etc.	Varios temas de fútbol como la victoria, la derrota, la decepción, el amor por el equipo y sus jugadores, etc.	Varios temas de fútbol como la victoria, la derrota, la decepción, el amor por el equipo y sus jugadores, etc.
Tono	Informal	Informal	Informal
Actividad	Comentar sobre lo que el equipo u otros aficionados han publicado, algunas veces esperando respuesta del resto de la comunidad	Comentar sobre lo que el equipo u otros aficionados han publicado, algunas veces esperando respuesta del resto de la comunidad.	Comentar sobre lo que el equipo u otros aficionados han publicado, algunas veces esperando respuesta del resto de la comunidad.
Normas	Normas generales de facebook	Normas generales de Facebook	Normas generales de Facebook
Códigos	Catalán, español, inglés, otros	Catalán, español, inglés, otros	Catalán, español, inglés, otros

3.6. Parámetros de estudio

En primer lugar, se ha estudiado qué lengua se usa preferentemente en cada comunidad descrita. Con esta finalidad, hemos elaborado un documento de Word con el conjunto de las palabras de todos los comentarios de cada club. En ese documento se ha contado manualmente cuántas palabras se han escrito en cada lengua. Los resultados se muestran en la sección siguiente tanto por porcentajes como mediante gráficos. La elaboración de listados de frecuencia de lenguas mediante WordSmith ha contribuido a corroborar los datos obtenidos manualmente.

En segundo lugar, una vez visto que alrededor del 70% de los comentarios analizados presentaban algún caso de mezcla de lenguas, se han analizado las funciones del cambio de código en cada caso. En la siguiente sección mostramos tablas donde se explica qué función es más frecuente en cada caso y ejemplos que ilustran los casos más habituales.

Como apuntábamos en el Marco Teórico, siguiendo a Androutsopoulos (2013), las funciones del cambio de código que se han tratado en esta investigación son, principalmente, las siguientes:

- 1- CC para incluir fórmulas discursivas como saludos, despedidas y buenos deseos o afecto;
- 2- CC para repetir el enunciado o un propósito enfático;
- 3- CC para responder a un interlocutor en concreto, adecuándose a la lengua de un comentario anterior o desmarcándose de esa lengua;
- 4- CC para indicar afinidad o rechazo, acuerdo y conflicto, acercamiento y distanciamiento, etc.

En la sociolingüística del español, siguiendo a Alvarado Ortega (2007), hablamos de fórmulas rutinarias cuando estas carecen de autonomía textual y tienen un significado social, expresivo o discursivo y normalmente están convencionalizadas en la comunidad lingüística, es decir, tienen estabilidad en su reproducción y en su frecuencia de uso. Esta autora distingue dos tipos de fórmulas rutinarias:

- 1- Fórmulas discursivas, aquellas que cumplen funciones de organización del discurso (Buenos días, ¿qué tal?).
- 2- Fórmulas psico-sociales, que normalmente expresan el estado mental (¡Qué bonito!, ¡madre mía!).

En nuestro caso, sin embargo, seguimos a Androutsopoulos (2013) porque propone una clasificación más detallada sobre el CC y, por tanto, las denominaremos fórmulas discursivas, término que englobaría a las que Alvarado Ortega (2007) llamaba discursivas y psicosociales. En este corpus, la relación entre CC y fórmulas discursivas para saludar, despedir e indicar buenos deseos será un parámetro clave del análisis.

Por último, en los resultados hablaremos de la relación en la comunicación electrónica entre CC y la creación y distinción entre identidades locales y globales (véase Georgakopoulou, 1997; Lam, 2004; Hinrichs, 2006; Tsiplakou, 2009; Lee, 2016) y locales (Koutsogiannis y Mitsikopoulou, 2007), como se ha señalado en la sección 2.3. En muchos casos, el cambio de código para expresar fórmulas discursivas y énfasis sirve a su vez para que el autor del comentario se alinee con el resto de aficionados de estos clubes mostrando que es capaz de expresarse en las lenguas oficiales de su equipo de fútbol, aunque sea solamente con la inclusión de 1 o 2 palabras en estas lenguas. Por esto, lo señalaremos en los casos que ilustramos, pero no puede formar por sí solo un apartado diferente.

Capítulo 4

Resultados y su interpretación

En esta sección se tratan los resultados del análisis sobre la elección de lengua y el CC en comentarios escritos en comunidades donde los participantes son normalmente bilingües y multilingües como Camerún y en comunidades multilingües formadas por hinchas de fútbol de muchos países agrupados en clubes de fútbol españoles.

4.1. Elección de lengua en Camerún y España

Los resultados del análisis sobre la elección de lengua en cada caso se detallan en las siguientes secciones donde se muestra, en primer lugar, las tablas con las frecuencias y los porcentajes de las lenguas empleadas en los clubes de fútbol estudiados. En estas tablas queremos verificar qué lengua es más frecuente en las páginas oficiales de fútbol en Camerún y España. En segundo lugar, veremos los resultados más sobresalientes de este estudio con ejemplos que se interpretarán incluyendo bibliografía

relacionada en cada caso. Cada ejemplo está traducido al español y en muchos casos se ha añadido la puntuación para hacer más comprensible el texto.

4.1.1. Frecuencia y porcentajes de lenguas en los dos países

El análisis principal de esta sección de la Tesis Doctoral consiste en comparar la frecuencia y los porcentajes del CC en cada lengua empleada en las páginas oficiales de clubes de fútbol de Facebook de los dos países estudiados.

En Camerún

Como se observa a continuación en la figura 12, lo más destacado del presente estudio ha sido comprobar que, paradójicamente, uno de los países más multilingües que existen (Echu, 2004), es prácticamente monolingüe en sus interacciones públicas en redes sociales:

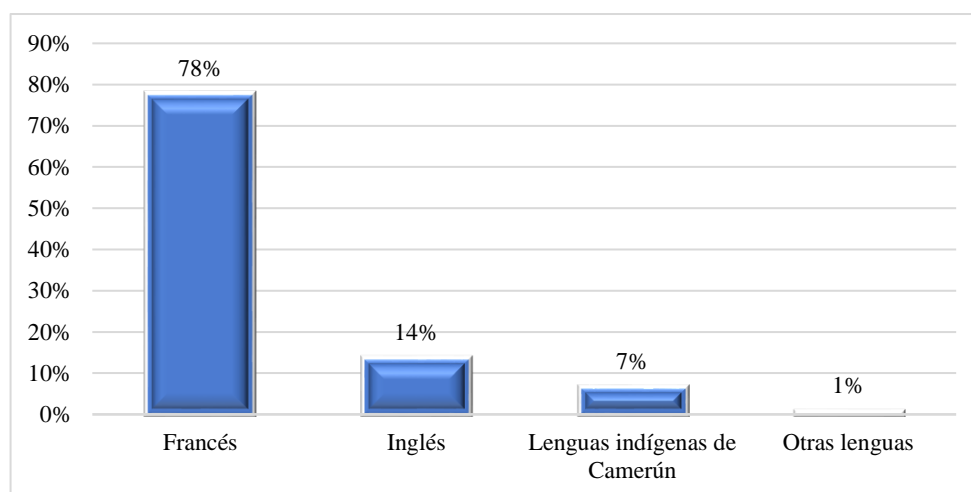


Figura 12: Gráfico del porcentaje de palabras en cada lengua en Camerún

Las lenguas autóctonas se usan únicamente en el 7% del corpus sobre el deporte nacional. La razón principal de la marginación de las lenguas propias del país puede ser porque históricamente estas han sido relegadas a un plano meramente privado, no se enseñan en la escuela y no se emplean en los organismos oficiales; el francés y el inglés son socialmente mucho más prestigiosas (Bilola y Echu, 2008). Una de las razones del rechazo a usar las lenguas indígenas en espacios públicos como Facebook puede ser

porque los usuarios no quieren ser catalogados de poco instruidos ante los demás participantes de la comunidad. Otra razón importante de la exclusión de las lenguas autóctonas en Facebook podría ser que el autor quiere que todo el grupo entienda lo que escribe y el uso de una lengua propia, circunscrita en muchos casos a una zona determinada del país, impediría que los participantes de otra etnia entendieran el texto. Por tanto, el análisis cuantitativo muestra que las antiguas lenguas coloniales europeas, como el francés, son las más frecuentes en las páginas analizadas. Esta comunidad multilingüe parece, a primera vista, prácticamente monolingüe en Facebook como ilustra la tabla 6:

Tabla 6: Frecuencia y porcentaje de palabras en cada lengua en clubes de Camerún

Lenguas utilizadas en clubes de Camerún	Francés	Inglés	Lenguas Camerunesas	Otras lenguas	Total
Total de palabras	21.354	3.758	1.983	401	27.496
Porcentaje de palabras	78%	14%	7%	1%	100%

En España

Las figuras 13, 14, y 15 muestran que los comentarios de tanto el FC Barcelona como el Real Madrid CF y el Valencia CF son altamente multilingües.

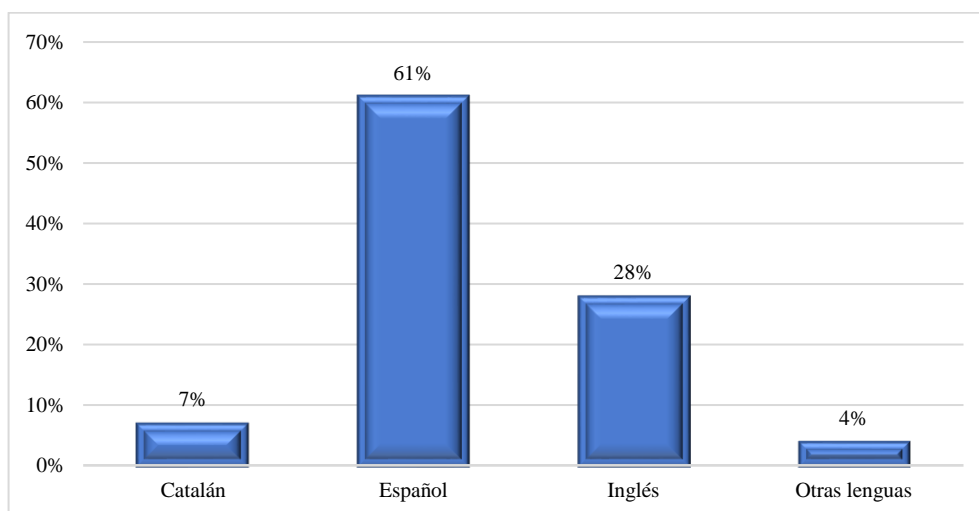


Figura 13: Gráfico del porcentaje de palabras en cada lengua del Fútbol Club Barcelona

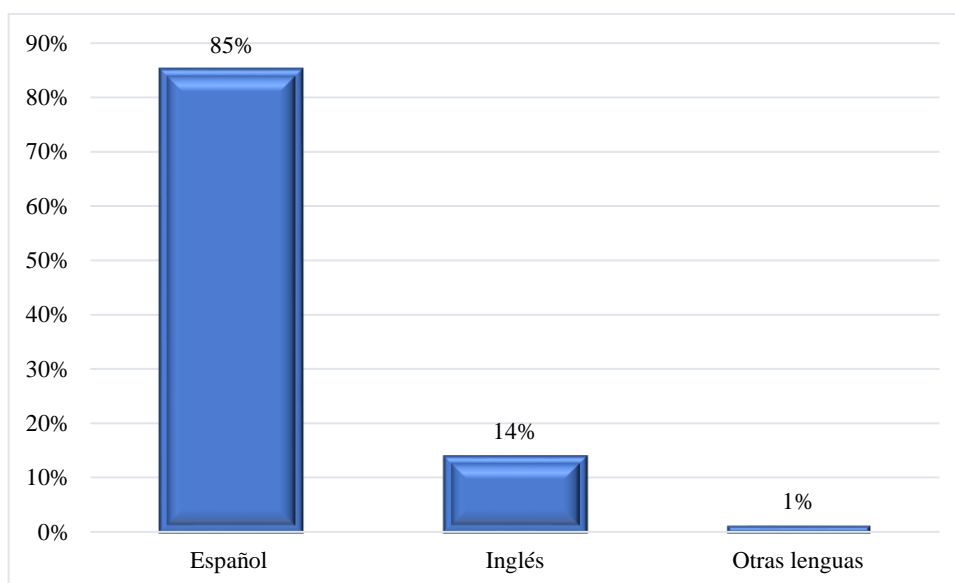


Figura 14: Gráfico de porcentajes de lenguas del Madrid Club de Fútbol

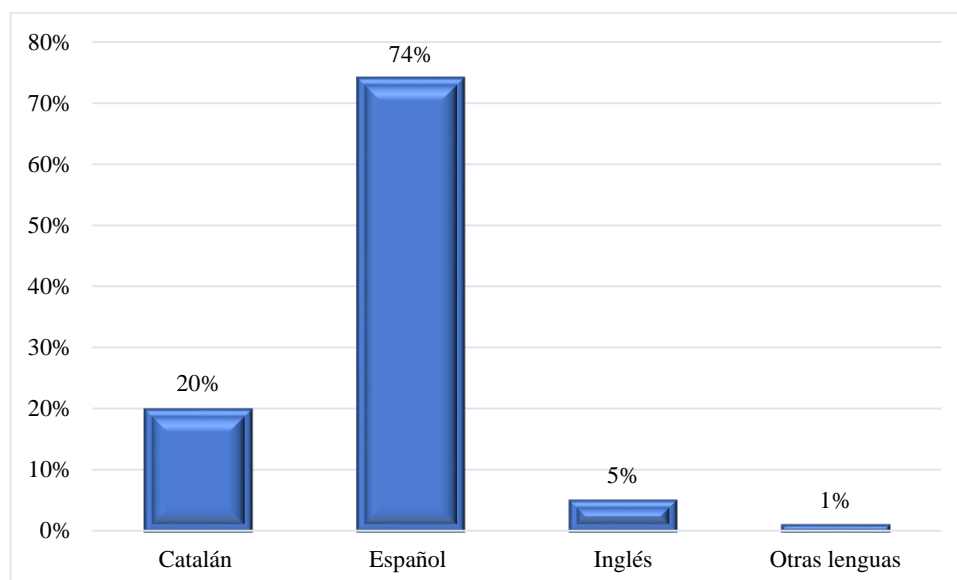


Figura 15: Gráfico de porcentajes de lenguas del Valencia Club de Fútbol

A diferencia de los resultados de Camerún, España un país monolingüe en algunas regiones y bilingüe en otras, es multilingüe en los comentarios en línea. La lengua local y otras lenguas internacionales como el inglés están presentes en los comentarios de hinchas de estos clubes españoles. En todos los casos es el español la lengua dominante. Los simpatizantes de los equipos de fútbol perciben los equipos como símbolos de colectividad (Llopis-Goig, 2008), por lo que en muchos casos la elección de la lengua de interacción tiene que ver con la voluntad del que escribe de integrarse en el grupo o comunidad de aficionados, identificando una lengua con un equipo.

Tabla 7: Frecuencia y porcentaje de palabras en cada lengua del Fútbol Club Barcelona

Lenguas utilizadas en el Fútbol Club Barcelona	Catalán	Español	Inglés	Otras lenguas	Total
Total de palabras	2.156	19.684	9.124	1.325	32.289
Porcentaje de palabras	61%	7%	28%	4%	100%

Como muestra la tabla 7, el español es la lengua imperante en el Barça, solo el 7% de las palabras están en catalán y el 28% en inglés.

En el caso del Real Madrid, las cifras del español aún son mayores: en la tabla 8 a continuación vemos que el 85% de las palabras están en español; en muchos casos, los hablantes no nativos de esta lengua aprenden español porque consideran que pertenecer al grupo implica el dominio de la lengua del equipo, como veremos en los ejemplos de comentarios más adelante.

Tabla 8: Frecuencia y porcentaje de palabras en cada lengua del Real Madrid Club de Fútbol

Lenguas utilizadas en el Real Madrid Club de Fútbol	Español	Inglés	Otras lenguas	Total
Total de palabras	28.543	4.617	251	33.411
Porcentaje de palabras	85%	14%	1%	100%

El caso del Valencia CF sobresale por la frecuencia del catalán en el corpus. Al igual que en el resto de equipos, el español es lengua mayoritaria con un 74% de las palabras, pero encontramos más casos de la lengua autóctona: 20% de las palabras de estos comentarios. Esto indica que los valencianistas escriben en catalán porque quieren alinearse con la comunidad de hinchas de este club que se distingue del resto de clubes españoles por usar el catalán hablado en Valencia.

Tabla 9: Frecuencia de palabras en cada lengua del Valencia Club de Fútbol

Lenguas utilizadas en el Club de Fútbol Barcelona	Catalán	Español	Inglés	Otras lenguas	Total
Total de palabras	4.123	14.853	921	301	20.198
Porcentaje de palabras	20%	74%	5%	1%	100%

4.1.2. Análisis de la elección de lenguas

Vistos los porcentajes, seguidamente mostramos varios ejemplos para ilustrar cada caso. Además, en los anexos del final incluimos muchos más comentarios con su traducción. Hemos numerado estos comentarios del anexo de forma independiente a los que se comentan en esta sección.

4.1.2.1. Elección de lengua en Camerún

En los ejemplos de esta sección se muestra 1 caso donde el comentario está escrito en francés, lengua mayoritaria, inglés y lenguas camerunesas. Como señalaban las tablas de porcentajes, el francés es la lengua imperante en el corpus africano, en este caso, el autor domina el francés escrito: vemos acentos, mayúsculas, separación entre oraciones que son bastante complejas.



Antony Faites donc que les résultats suivent cette saison et professionalisez vraiment la structure et que les reventes de joueurs soient transparents. Qu'il y ait un site Internet du club qui donne vos informations en temps réel et nous les supporters on veut des gadgets et une boutique du club. Mais surtout bonne saison USD je suis un fervent supporter du club.

Me gusta · Responder · 2 s



Comentario 3: Ejemplo de comentario en francés de un aficionado del Union Sport de Douala: Que los resultados continúen en esta temporada y profesionalicen de verdad la estructura y que las nuevas reventas de jugadores sean transparentes. Que haya un sitio web del club que proporcione la información en tiempo real y nosotros los aficionados queremos una tienda del club. Pero especialmente una buena temporada USD. Soy un gran defensor del club.

En el siguiente comentario, escrito en inglés, al igual que en el ejemplo anterior se aprecia que muchos de los aficionados dominan la lengua escrita: el texto está dividido en oraciones y el uso de mayúsculas es correcto. Además, encontramos léxico que entraña cierta dificultad ortográfica y demuestra un elevado conocimiento de la lengua escrita como filántropo:



Harry one more match for country Cameroon please. You deserve a great send off and with the national team. A true champion, philanthropist, and kind person. One more match please

Me gusta · Responder · 17 s

Comentario 4: Ejemplo de comentario en inglés de un aficionado de Samuel: Un partido más para el país Camerún por favor. Te mereces una gran despedida y con un equipo nacional. Un verdadero campeón, filántropo, y persona amable. Un partido más por favor.

En el caso de las lenguas indígenas de Camerún, solo se ha encontrado 1 ejemplo de comentario escrito íntegramente en bassa, lengua mayoritariamente hablada en la capital del país, Yaoundé:



Yvan NYAMBE A YE LON BI WE, A PERE
NKENECK LONGUE

Me gusta · Responder · 1 s

Comentario 5: Ejemplo de comentario en lengua bassa de un aficionado de Samuel: El Señor está contigo, adelante.

En la mayoría de casos, como demostraremos en secciones posteriores sobre el cambio de código, las lenguas locales se limitan a una palabra o dos al inicio o al final del texto, la lengua dominante sigue siendo el francés a pesar de la variedad lingüística de este país. Esto es así por las razones que hemos señalado anteriormente: los aficionados no quieren que se les relacione con otros participantes de menor nivel educativo y quieren que su mensaje se entienda por todos los simpatizantes del club, quieren tener una audiencia más amplia. Además, los autores quieren que personas que no sean de Camerún y que no dominen las lenguas autóctonas entiendan sus comentarios.

El comentario 6 muestra la tendencia general del corpus a la participación de las lenguas locales en este intercambio comunicativo solamente con palabras sueltas o unidades fraseológicas.



Comentario 6: Ejemplo de comentario donde se insertan algunas palabras en lenguas camerunesas de un aficionado de Samuel: *Mbondonjée* no tiene límite y no conoce fronteras, mejor por todas partes del mundo que en casa sea el JEFE...sigue escribiendo tu leyenda el mejor 9... Dios te bendiga.

4.1.2.2. Elección de lengua en clubes españoles

Antes de explicar las preferencias de lengua y los fenómenos de mezcla en la página de Facebook del FC Barcelona y ejemplificar con algunos comentarios los resultados, nos gustaría señalar de nuevo que el hecho de que esta red social sea tan dinámica hace que las cifras que presentamos aquí puedan variar en otro corpus recopilado en otro momento. Dicho esto, durante el último año, se ha constatado que el inglés y el español son los idiomas de interacción más frecuentes en la página web del Barça.

El FC Barcelona tiene claras aspiraciones globales (Crolley, 2008). Obviamente, está dispuesto a alinearse con el carácter multilingüe global de sus aficionados, pero, al mismo tiempo, las publicaciones oficiales buscan fortalecer los vínculos del club con su territorio utilizando el catalán y el español en casi todas las noticias publicadas en su muro de Facebook. Sin embargo, esta situación no es clara y crea cierta controversia en la comunidad de simpatizantes que, como novedad, a veces luchan exclusivamente por las preferencias de lengua en un foro dedicado eminentemente a los temas del fútbol. Esta confrontación se ilustra con los siguientes ejemplos:

La imagen 7 muestra cómo el club agradece la transferencia de Coutinho, un jugador brasileño, en un chat grupal imaginario en el que otras estrellas como Piqué y Luis Suárez dan la bienvenida al nuevo integrante del equipo:



Imagen 7: Extracto del muro de Facebook del Fútbol Club Barcelona para dar la bienvenida a un nuevo jugador

¡Esa fue una buena! ¡Hola amigo! No puedo esperar a tenerte aquí y jugar juntos de nuevo como en los viejos tiempos. ¿Y sabes? ¡Los aficionados del Barça te estaban esperando!

Como se ve, este chat imaginario es solo en inglés, a diferencia de la mayoría de las noticias publicadas en Facebook por el club y, por lo tanto, genera muchos comentarios sobre el hecho de que se ha elegido un idioma global en lugar de los dos idiomas locales oficiales: catalán y español. El comentario 7 da fe de esta controversia, un usuario muestra su disconformidad con que la lengua utilizada haya sido el inglés y no el español:

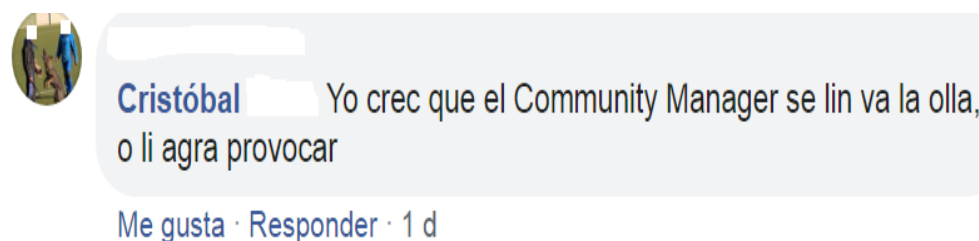
**Comentario 7:** del Barça

O el catalán:

**Comentario 8:** ¿Por qué no en catalán? ¡Odio el fútbol moderno!

Estos dos comentarios y muchos otros que no incluimos en esta Tesis Doctoral no hablan de las buenas noticias para el equipo, solo les preocupa que el mensaje de bienvenida se escriba en un idioma extranjero. El autor del mensaje en catalán (comentario 8) definitivamente se queja de que, al elegir el inglés como idioma de interacción, su club ya no está relacionado o identificado con su área geográfica; Blai, su autor, afirma que odia el fútbol moderno ya que favorece la globalización en detrimento de la localización a través de la elección de lengua.

En el Valencia CF, por el contrario, el uso del catalán es mucho más frecuente que en el Barça, como se indicaba en los porcentajes. En el siguiente ejemplo (comentario 9) se hace uso del catalán en todo el mensaje:

**Comentario 9:** Yo creo que al Community Manager se le va la olla o le gusta provocar

Nuestro análisis revela que el 20% de las palabras en los comentarios del corpus del Valencia CF están escritos en catalán, la lengua autóctona y una de las dos oficiales

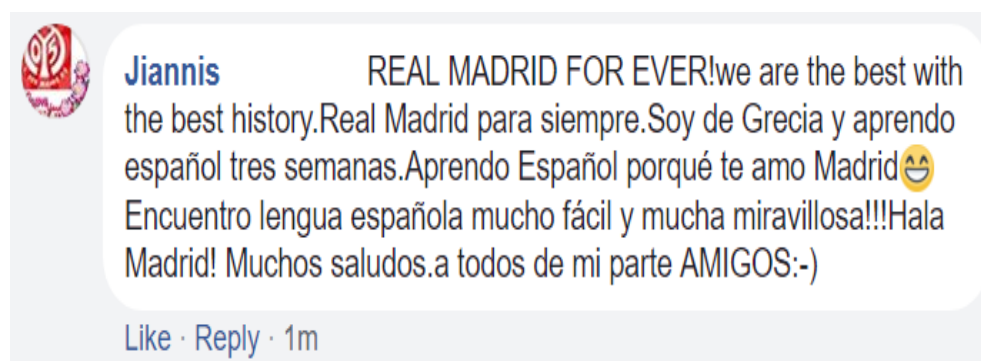
en la Comunidad Valenciana. Los altos porcentajes se deben principalmente a que este club no atrae a tantos simpatizantes extranjeros como los dos clubes españoles emblemáticos, el FC Barcelona y el Real Madrid CF, y muchos de los 3.3 millones de seguidores en Facebook son de Valencia; de ahí que la lengua autóctona se use mucho más que en el Barça.

Aun así, como en el club blaugrana, también hay comentarios como el 10 donde un aficionado se queja de que la lengua autóctona se usa poco en este foro de comunicación:



Comentario 10: Muchos comentarios y ninguno habla en valenciano. Ánimo, que las entradas son nuestras.

En el Real Madrid vemos que la mayoría de los comentarios están en español (85%). Esto es así porque el club tiene muchos hinchas de países latinoamericanos a raíz de la creación de una red de Escuelas de Integración Social en Argentina, Chile o Colombia, entre muchos países, lo que ha ampliado el número de simpatizantes del club, dado que los jóvenes argentinos, chilenos o colombianos se vinculan con los valores del club, como apunta Ginesta Portet (2010), y participan en español en los comentarios de la página del club. Por otra parte, históricamente, el Real Madrid se ha identificado con el nacionalismo español, especialmente después de la Guerra Civil Española (Hernández Alonso, 2003). En la España contemporánea, Rodríguez Ortega (2016) sostiene que, debido al giro separatista en Cataluña, el Club Blanco es el emblema de la causa española sobre la catalana. La “españolidad” del Real Madrid podría ser la razón por la cual los seguidores deciden conscientemente interactuar principalmente en español, a pesar del hecho de que es muy probable que muchos de estos participantes no sean hablantes nativos, como podemos ver en el comentario 11 a continuación:



Comentario 11: ¡Real Madrid para siempre! Somos los mejores con la mejor historia. ... (El Madrid)

Este hincha, Jiannis, siente la necesidad de aprender español para pertenecer completamente a la comunidad, para encajar con el estilo del grupo que está estrechamente relacionado con la elección de la lengua de comunicación. Este ejemplo presenta cambio de código, pero lo hemos incluido en esta sección porque creemos conveniente ilustrar la importancia del español en la página del Madrid con lo que dice el hincha: “aprendo español porque te amo”. Es este un ejemplo claro de la identificación del español con el Club Blanco. Es conveniente remarcar que, aunque el español es la lengua que el grupo prefiere para interactuar, la mezcla de lenguas también forma parte de este intercambio comunicativo e interviene activamente en la creación de identidad grupal.

4.2. El cambio de código

Como ya hemos dicho anteriormente, analizamos la coexistencia de más de una lengua en el mismo acto comunicativo, en el mismo comentario publicado en la página de fútbol; alrededor del 70% de los comentarios del corpus presentan estos casos. Exploramos el CC en comentarios de hinchas publicados en las páginas de diferentes clubes de los dos países, un espacio translingual (Li, 2011) en el que toda mezcla de lengua parece que está permitida. En este apartado vemos qué lenguas diferentes se usan en el mismo intercambio comunicativo y qué función desempeña el uso de una lengua diferente de la lengua matriz o base. Como se ha señalado anteriormente, el CC en la CE remarca y crea identidades locales y/o globales según las propuestas al respecto de Georgakopoulou (1997), Lam (2004), Hinrichs (2006), Tsiplakou (2009)

Androutsopoulos (2013) y Lee (2016), entre otros. En la sección siguiente, veremos qué funciones son más habituales con porcentajes según los casos.

4.2.1. Frecuencia y porcentajes del cambio de código en Camerún y España

Volvemos a puntualizar que en el caso de Camerún hemos analizado los 3 grupos en su totalidad dado que los porcentajes son muy similares y no es relevante la distinción por subgrupo. En el caso de España, por el contrario, mostramos las cifras por club, ya que los porcentajes son ligeramente diferentes. Esta fórmula muestra cómo se han obtenido los porcentajes de las lenguas que intervienen en el CC en cada caso.

$$\text{Porcentaje de (mezcla de lengua)} = \frac{\text{Cantidad de comentarios por cada mezcla de lenguas}}{\text{Número total de comentarios de mezcla de lenguas}} \times 100$$

Las cifras se muestran en las tablas 10 a 13 donde se indican las lenguas que intervienen y la frecuencia de estas. En estas tablas, nombramos primero la lengua base o lengua dominante del texto, no se nombran por orden alfabético como en el resto de esta Tesis. Por ejemplo, si decimos español + catalán, colocamos primero el español porque es la lengua mayoritaria en el comentario, mientras que el cambio al catalán se limita a una unidad fraseológica formada por 1 o 2 palabras. En los siguientes apartados proporcionaremos ejemplos de casos que ilustran los resultados.

Tabla 10: Lenguas que intervienen en el CC en Camerún y porcentajes.

Lenguas usadas en casos de CC en Camerún	Comentarios	Porcentaje
Francés + inglés	185	44%
Inglés + francés	85	20%
Francés + lenguas indígenas camerunesas	40	10%
Inglés + lenguas indígenas camerunesas	25	6%
Francés + otras lenguas	13	3%
Inglés + otras lenguas	8	2%
Francés + inglés + lenguas indígenas camerunesas	64	15%
Total	420	100%

Tabla 11: Lenguas que intervienen en el CC en el Fútbol Club Barcelona y porcentajes.

Lenguas usadas en casos de CC en el FC Barcelona	Comentarios con CC	Porcentaje
Español + inglés	222	63%
Inglés + español	72	21%
Español + catalán	22	6%
Inglés + catalán	7	2%
Español + otras lenguas	13	4%
Inglés + otras lenguas	4	1%
Otras lenguas + español + inglés + catalán	10	3%
Total	350	100%

Tabla 12: Lenguas que intervienen en el CC en el Real Madrid Club de Fútbol y porcentajes.

Lenguas usadas en casos de CC en el Real Madrid CF	Comentarios con CCs	Porcentajes
Español + inglés	249	71%
Inglés + español	62	18%
Español + otras lenguas	20	6%
Inglés + otras lenguas	11	3%
Otras lenguas + español + inglés	8	2%
Total	350	100%

Tabla 13: Lenguas que intervienen en el CC en el Valencia Club de Fútbol y porcentajes.

Lenguas usadas en casos de CC en el Valencia CF	Comentarios con CC	Porcentajes
Español + inglés	23	7%
Inglés + español	10	3%
Español + catalán	284	81%
Inglés + catalán	7	2%
Español + otras lenguas	5	1%
Inglés + otras lenguas	4	1%
Otras lenguas + español + inglés + catalán	17	5%
Total	350	100%

4.2.2. Lenguas utilizadas para el cambio de código y su función en Camerún

La utilización de los dos idiomas oficiales del país en el mismo texto es una estrategia que se emplea a menudo, posiblemente para reforzar la identidad nacional de un país con dos idiomas oficiales. A pesar de los conflictos provocados por este bilingüismo oficial y los problemas que conlleva la pugna entre las dos lenguas del país y su relación con la creación de dos identidades nacionales claramente diferenciadas (Ngefac, 2010), el 44% de estos comentarios emplean inglés y francés; normalmente solo una o dos palabras en inglés en un comentario predominantemente en francés. El alto porcentaje de mensajes formados exclusivamente por estas dos lenguas puede deberse al hecho de que solo estas se enseñan en la escuela. Los autores de estos comentarios tienen más confianza en usar las lenguas que han estudiado en el colegio ya que asumen que una gran audiencia va a ver sus mensajes.

Las tablas siguientes representan las funciones que los hinchas utilizan frecuentemente para identificarse con la comunidad o el jugador.

Tabla 14: Porcentajes de las funciones de cambio de código de Camerún

Funciones del cambio de código en páginas de fútbol de Camerún	Porcentajes
Fórmulas discursivas	81%
Énfasis	15%
Insultos	3%
Otras funciones	1%

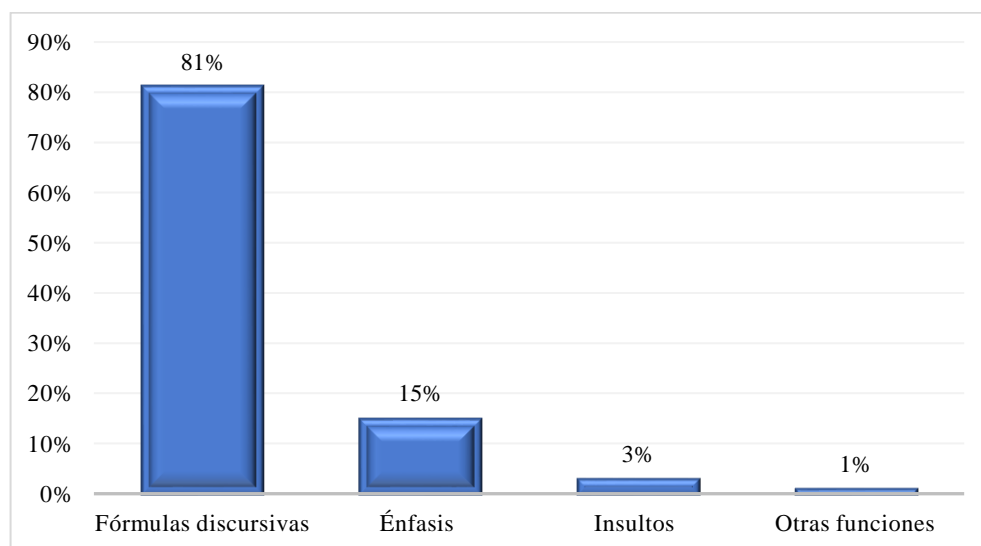


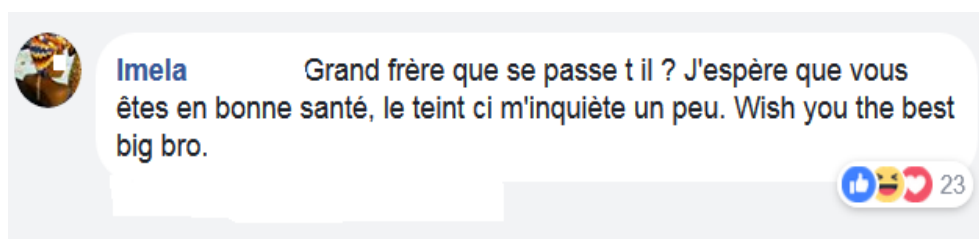
Figura 16: Gráfico de porcentajes de las funciones de cambio de código de Camerún

En el análisis de los comentarios que se muestran a continuación, los simpatizantes utilizan el cambio de código generalmente para fórmulas discursivas: saludos, despedidas y buenos deseos hacia la comunidad. En la mayoría de casos, los saludos y las despedidas son afectuosas hacia la comunidad de aficionados, así términos como bienvenidos, bendiciones, feliz cumpleaños, etc. son los que suelen iniciar los comentarios.

4.2.2.1. Cambio de código al inglés

El inglés se inserta generalmente para fórmulas discursivas, como vemos en los ejemplos siguientes.

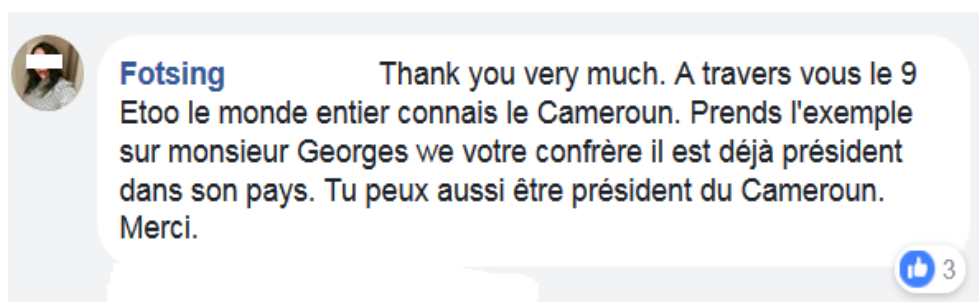
En Camerún, el inglés se considera una lengua de prestigio internacional (Anchimbe, 2006; 2013). Los autores de los comentarios generalmente cambian al inglés para expresar buenos deseos e iniciar o despedir el comentario, así como con un propósito enfático, como lo demuestra el comentario 12 a continuación:



Comentario 12 : Hermano mayor, ¿qué está pasando? Espero que estés bien de salud., este color me preocupa un poco. *Te deseo lo mejor hermano mayor.* (Samuel)

A esta autora le preocupa el color de la piel de Eto'o; su tono se está volviendo mucho más blanco. Se cree que se está blanqueando la piel y los participantes en su página lo comentan en Facebook. La despedida en inglés expresa sus buenos deseos al jugador y, en cierta forma, los traslada a toda la comunidad del jugador; muestra además su alabanza hacia él, llamándolo hermano mayor, persona de autoridad, lo que en Camerún es habitual e indica respecto hacia la persona al mismo tiempo que marca la cohesión grupal y la pertenencia al grupo, según afirma Anchimbe (2013) en su estudio de la cortesía en el país, otros términos que encontraremos más adelante con papá, presidente o jefe están en esta línea. El uso del inglés tiene además un claro carácter globalizador como en Lee (2016).

El inglés también puede emplearse al principio del comentario como saludo que incluye en muchos casos agradecimientos, como vemos en el comentario 13: *Thank you very much*:



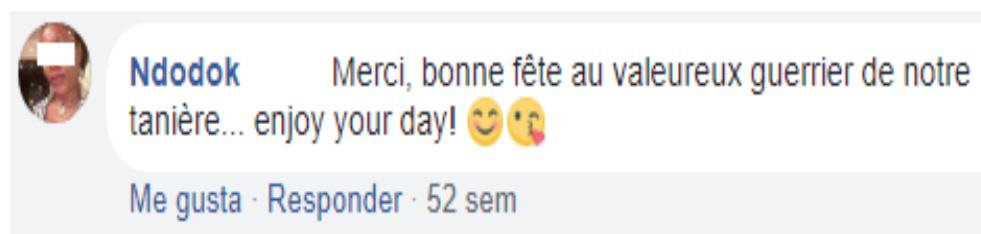
Comentario 13: *Muchas Gracias.* Gracias a ti, Eto'o el 9, el mundo entero conoce Camerún. Toma ejemplo del señor Georges (Georges Weah, presidente de Liberia y exfutbolista) que ya es el presidente de su país. Tú también puedes ser presidente de Camerún. Gracias. (Samuel)

El texto comienza con un indicador de cortesía muy formal, *muchas gracias*, y la formalidad se evidencia en todo el texto del mensaje por su rigor en el uso de acentos y puntuación correcta seguida de palabras en mayúscula, entre otros. Al comenzar con una fórmula de agradecimiento, la autora instauro el tono formal de todo el comentario, que también termina con un indicador de cortesía, aunque esta vez en francés, *Merci*. Además, este caso es, sin duda, un claro ejemplo de cambio de código con finalidad enfática (Montes-Alcalá, 2016).

En muchos casos también detectamos el uso del inglés en despedidas, otra forma de expresar la cortesía hacia el equipo y los fans:



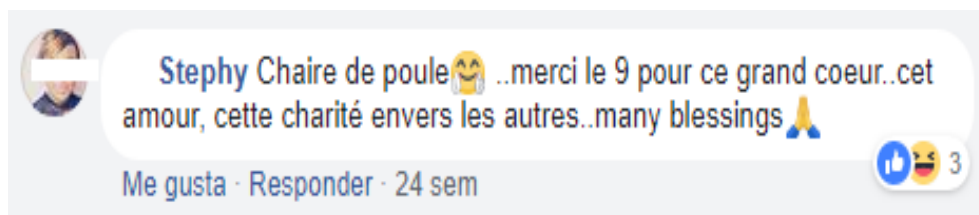
Comentario 14: De verdad Samuel Eto'o Fils, el trabajo es lo único que se recompensa junto con la fe en lo que hacemos. *Buen día (Samuel)*



Comentario 15: Gracias, feliz fiesta a los valiosos guerreros de nuestra comunidad... *¡Disfruta del día! (Samuel)*

Los autores de estos dos comentarios cambian al inglés para despedirse: *Good day* (comentario 14), *enjoy your day* (comentario 15). En ellos, el francés es dominante y el inglés aparece al final para globalizar el texto y extender los buenos deseos a toda la comunidad de fans del jugador, una estrategia habitual en las comunidades futbolísticas como también señala Kytölä (2013) en su estudio de comunidades de aficionados al fútbol finlandeses.

En la misma línea, en el comentario 16, la autora cambia al inglés en el texto para expresar los buenos deseos mediante un término religioso en esta lengua a modo de despedida: *many blessings*:

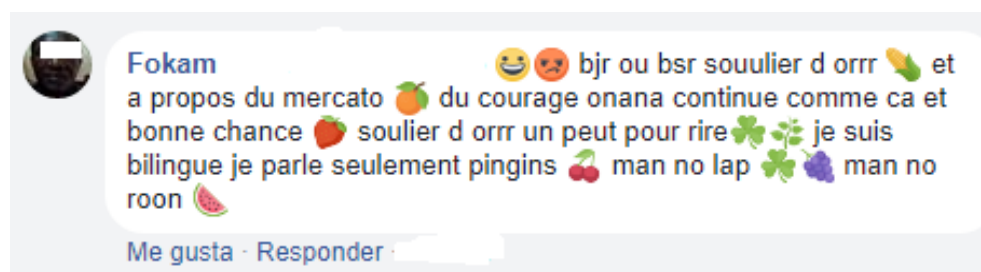


Comentario 16: Tengo la piel de gallina. Gracias al 9 por este gran corazón, por este amor, por este cariño hacia los demás. *Muchas bendiciones.* (Samuel)

En este texto la autora utiliza el francés como lengua dominante en su comentario para presentar los logros del 9 (número de la camiseta para identificar al jugador Samuel Eto'o Fils) por su carácter humanista. Esta autora expresa su simpatía y gratitud hacia Samuel mediante el inglés, lengua que une a toda la comunidad internacional de aficionados.

Por otra parte, hay que destacar que la despedida de marcado carácter religioso es habitual en África (Chiluwa, 2008) y particularmente en Camerún (Anchimbe, 2013). La identidad del grupo de aficionados se refuerza con la identidad religiosa: Samuel es cristiano y esta aficionada le expresa sus buenos deseos reforzando su pertenencia a la fe cristiana y su identidad religiosa.

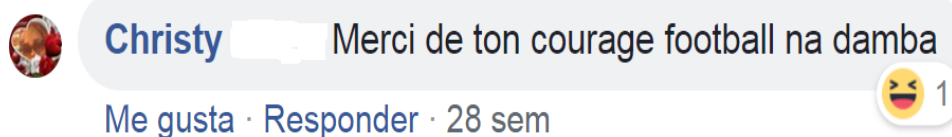
Por otro lado, la mezcla de francés e inglés tiene su culminación en la mezcla de estos idiomas y el pidgin inglés. En el comentario 17 observamos CC al inglés, *man*, y al pidgin inglés, *lap* y *roon*:



Comentario 17: Buenos días o buenas tardes bota de oro y a propósito del Mercato (transferencia de los jugadores). Ánimo Onana (otro simpatizante de la página) sigue así y buena suerte, bota de oro. Un poco de broma: soy bilingüe y hablo solo pidgin. *Que nadie se ría, que nadie corra.* (Samuel)

El francés es la lengua matriz, como en la mayoría de los comentarios estudiados, pero aquí se incluye el pidgin inglés para globalizar el texto, *man no lap*, *man no roon*, pidgin inglés que significa *Que nadie se ría, que nadie corra*. Normalmente, el pidgin inglés se usa en Camerún en contextos informales donde parece que ha adquirido cierto prestigio; en este momento tiene un alcance más amplio que el inglés (Bilola y Echu, 2008). Una vez más, el CC se realiza al final del comentario, probablemente para darle un toque aún más informal a este texto tan coloquial, lleno de ortografía informal y emoticonos, a diferencia de la mayoría de los ejemplos en el corpus, normalmente bastante formales. El pidgin le da carácter global al comentario porque es una lengua que va más allá de las fronteras étnicas del país; también se habla en Nigeria y Gana. Asimismo, la palabra *mercato*, del italiano para mercado, le da cierto carácter global al texto.

La repetición es una estrategia común en pidgin inglés (Nkwain, 2011), pero a veces esta repetición se realiza mediante pidgin inglés junto con otra lengua, como el inglés en el siguiente comentario:



Comentario 18: Gracias por tu valentía. El fútbol es el *fútbol*. (El Union)

El hablante pone énfasis en la palabra fútbol, *football is football*, que normalmente se refiere al hecho de que es simplemente un juego (Davis, 2015). Aquí, lo más relevante es el cambio a pidgin inglés para despedirse del resto: *na* significa es y *damba* significa fútbol. Este cambio y juego de palabras con la lengua local funciona como estrategia para marcar la alineación con el grupo de aficionados locales y mitigar, además, posibles actos ofensivos, como en el caso investigado por Tsiplakou (2009) donde el papel de las lenguas locales como elemento para reducir tensiones en conversaciones grupales es clave. En nuestro caso, el equipo ha perdido el partido, pero la autora intenta reducir el conflicto mediante este juego de palabras que incluye la mezcla de lenguas con una de las lenguas no oficiales. La respuesta de otro internauta, haciendo uso de un emoticono que implica aprobación, confirma que la estrategia ha tenido éxito. Este caso demuestra que la pertenencia al grupo, y el hecho de que las relaciones dentro de ese grupo de hinchas sean fluidas y sin problemas, tiene que ver con la eliminación de posibles situaciones conflictivas, actos amenazantes para la imagen, lo que en inglés se denomina “face-threatening acts” (Brown y Levinson, 1987). No hay duda de que el uso de lenguas locales ayuda a este fin, como se ve en publicaciones sobre este tema (véase, por ejemplo, Tsiplakou, 2009).

En el comentario 19, se inserta léxico en pidgin inglés en un texto donde el francés es la lengua dominante, como en la mayoría de los comentarios estudiados:

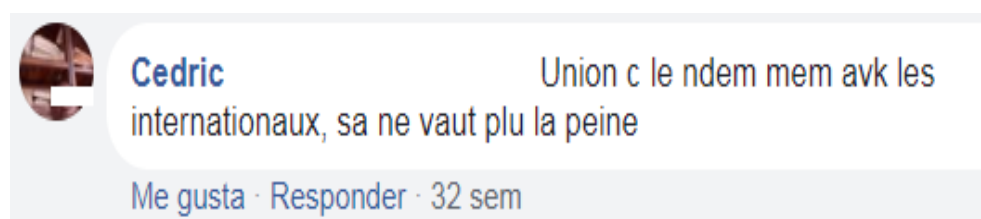


Comentario 19: De verdad. Esto no es normal (el hecho de que el equipo haya perdido varios partidos seguidos). *Bienvenido oo* (énfasis en pidgin inglés) entrenador Birwe. (El Coton)

Este autor empieza su comentario en francés, lengua dominante, para expresar su decepción porque el equipo no se esfuerza demasiado y no obtiene buenos resultados. El autor cambia al inglés para expresar que, a pesar del fracaso, no hay que desesperarse. El cambio a esta palabra inglesa, *welcome*, junto con la interjección en pidgin inglés, *oo*, interjección frecuente en las lenguas indígenas camerunesas (Kouega, 2003), enfatiza el respeto hacia el entrenador, mitiga la oración anterior y refuerza los vínculos con la comunidad que usa frecuentemente inglés y pidgin inglés junto con expresiones propias

camerunesas (Nkwain, 2011). El uso del inglés en este texto también sirve para transmitir buenos deseos que puedan mitigar posibles ofensas hacia el equipo y la comunidad de fans cuando el autor se queja de que el equipo está perdiendo mucho últimamente.

En el comentario 20, de nuevo tenemos léxico en pidgin en una intervención donde el francés es el código principal:



Comentario 20: Union es el *fracaso* incluso con los internacionales. No vale la pena. (El Union)

El autor de este mensaje incluye la palabra *ndem*, pidgin inglés, en este caso no para mitigar posibles ofensas sino para lo contrario: marcar el enfado del autor. El CC tiene una clara función enfática. El CC para enfatizar y mostrar el rechazo del autor hacia su equipo mediante un insulto es frecuente en este club; el CC se elige, a menudo, para expresar distanciamiento e insultar en Camerún, el uso de esta lengua creole para estos fines es habitual, como señalan Nkwain (2010) y Anchimbe (2012).

4.2.2.2. Cambio de código al francés

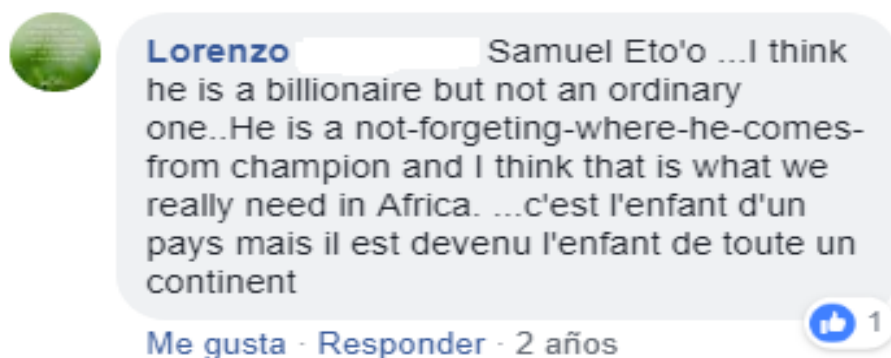
Ilustramos estos casos con comentarios donde el texto está mayoritariamente en inglés y el CC se realiza esta vez en francés. El autor cambia al francés normalmente para animar al jugador o al equipo, como revela el comentario 21 a continuación:



Comentario 21: Siempre sonriendo. Te deseo todo lo mejor *mi grande*. (Samuel)

A este autor le agrada el sentimiento de felicidad que siempre transmite Samuel Eto'o; le expresa también sus mejores deseos con un tono muy familiar con el cambio al francés, *mon grand*. Mediante este cambio, Florent muestra su cercanía al jugador utilizando la lengua con la que Eto'o se comunica normalmente, una de las funciones señaladas por Androutsopoulos (2013). La complicidad con el jugador y el resto de los simpatizantes es el tema recurrente en la página oficial de Eto'o, así como la alabanza de sus éxitos.

En esta línea, en el comentario 22, el autor cambia al francés para ensalzar los éxitos del jugador y expresar su afecto ante su popularidad, no solo a nivel nacional, sino en todo el continente africano:

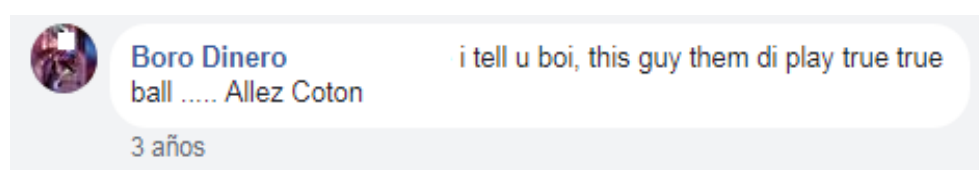


Comentario 22: Samuel Eto'o, creo que es un multimillonario, pero no un multimillonario normal. Es un campeón que no olvida de donde viene, y creo que esto es lo que necesitamos en África. *Es el niño de un país, pero, se ha convertido en el niño de todo un continente.*

En este texto, el autor utiliza el inglés para informar sobre un jugador concreto. Según este hinch, aunque el jugador Samuel Eto'o es un millonario, no olvida su país de origen. El cambio al francés completa su opinión en inglés, enfatizando aún más la importancia de Eto'o en su país y en África. Las dos lenguas oficiales de Camerún, que son también las oficiales en gran parte del continente, son las herramientas que sirven para enfatizar la grandeza del jugador a nivel continental. El cambio al francés, que resume el texto en inglés (*es el niño de un país, pero se ha convertido en el niño de todo un continente*) tiene un marcado carácter enfático y globalizador del mensaje que el autor quiere transmitir a toda la comunidad de fans del jugador camerunés. Usar *niño* para

referirse al adulto, como afirma (Anchimbe, 2013), también remarca la cortesía hacia el futbolista.

En el siguiente mensaje, esta vez predominantemente en pidgin inglés, se produce un cambio al francés para animar al club. Destaca aquí lo que comentábamos del pidgin inglés, donde la repetición de palabras es una de sus características más sobresalientes, como señala Nkwain (2011), *true true*:



Comentario 23: *Te lo digo hombre, estos chicos practican un juego limpio. Vamos Coton. (El Coton)*

El pidgin inglés marca la identidad local del autor. Como se ha dicho anteriormente en la interacción oral, el pidgin tiene un alcance más amplio que el inglés (Bilola y Echu, 2008). El autor utiliza esta lengua como una estrategia para indicar su pertenencia al equipo (Anchimbe, 2014). Al final de su texto, su alineación con el club se expresa por medio uno de los eslóganes más utilizados en el club, esta vez en francés, para despedirse de todo el grupo. Finalmente, aunque no es tema de esta Tesis Doctoral, el nombre que elige este miembro de Facebook, *Boro Dinero*, es significativo: *boro*, que en pidgin inglés es “tomar prestado”, del inglés estándar *borrow*, y *Dinero* en español; por tanto, el cambio de código y la mezcla de lenguas que el autor utiliza en su comentario también forman parte del juego de palabras que este autor emplea como “nombre” en esta plataforma; es parte de su identidad en línea.

4.2.2.3. Cambio de código a las lenguas indígenas camerunesas

Pasamos ahora a los casos en que los dos idiomas oficiales de Camerún se mezclan con otros códigos del país como el fulfuldé, bassa o douala. En los comentarios sucesivos, vemos cómo se subrayan las identidades globales y locales mediante una lengua diferente en textos predominantemente en francés.

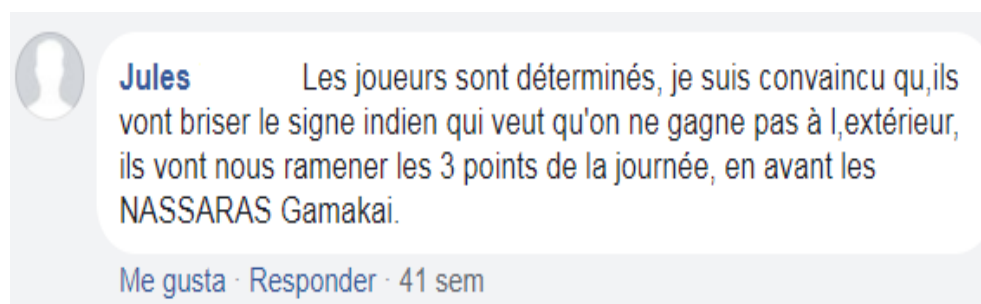
En el comentario 24, el hablante comienza a negociar la identidad del grupo posicionándose como miembro del club y del territorio al que pertenece:



Comentario 24: *¡Si Dios quiere!* Ya estamos siete puntos (por delante) antes del partido. (El Coton)

Incha Allah!, expresión en árabe romanizado a modo de saludo inicial para resaltar que gracias a Dios el equipo va ganando; es un caso de cambio de lengua que identifica al escritor con Garoua, la región del norte de Camerún, donde la población es predominantemente musulmana. La identificación del autor y del club se realiza mediante esta expresión en lengua local, mientras que el carácter nacional o global del autor se establece mediante el uso del francés. Normalmente, en plataformas globalizadas como Facebook, es el inglés la única lengua que tiene carácter de lengua franca en Internet, como explicó Lee (2016) en su estudio de Flickr, otra plataforma global. En muchos países africanos multilingües, sin embargo, como explica Wolff (2018), además del inglés, otras lenguas postcoloniales, principalmente el francés y el portugués, se han convertido en las lenguas nacionales oficiales y se consideran lenguas globales en sus territorios. Este es el caso de estos equipos de Camerún, cuyos hinchas generalmente utilizan el francés como lengua global en este contexto.

En lo que respecta al uso de las lenguas indígenas en el corpus, a diferencia de los casos estudiados por Taiwo (2010) que muestran que los cambios a las lenguas indígenas son principalmente interoracionales, en el corpus recopilado para este estudio, tanto los cambios interoracionales como los intraoracionales son comunes. En general, las lenguas locales se emplean predominantemente para indicar dos categorías: lemas de los clubes y expresiones populares relacionadas con estos equipos, y expresiones de afecto. La inserción de expresiones en lenguas indígenas transmite una mayor alineación del autor con el equipo o jugador, como Adegoke (2012) sugirió en su estudio de disculpas en yoruba (mayoritariamente hablada en Nigeria) en Facebook. En el caso de Samuel Eto'o, estas expresiones a menudo sirven para reforzar el carácter divino del jugador, como veremos a continuación. El comentario 25 ilustra las funciones y los propósitos de cambiar a las lenguas indígenas en el corpus:



Comentario 25: Los jugadores están decididos, estoy convencido de que van a destruir la maldición india que impide que se gane al jugar fuera. Nos van a traer los tres puntos del partido. Adelante *los blancos*, Adelante. (El Union)

Generalmente, los comentarios de hinchas de este país incluyen una o dos palabras en lenguas indígenas. Solo hemos encontrado 1 mensaje completo en lenguas camerunesas, que se ha mostrado en el apartado de elección de lengua. Por ejemplo, en el comentario 25, las dos palabras que despiden el texto están en lengua local: *Nassaras Gamakai*, adelante los blancos, insertadas en un texto en francés. La lengua usada es el fulfuldé, el idioma de la parte norte del país, aunque es el apodo que se le da al equipo de otra provincia: Douala. El hecho de que las lenguas indígenas se usen en otras provincias lo tratan Biloa y Echu (2008), quienes señalan que algunas de las lenguas locales, como fulfuldé o bassa, se emplean más allá de su territorio. El cambio al léxico en fulfuldé le da un toque local al texto en francés, como un marcador de alineación social e identificación con el territorio.

De forma similar, en el comentario 26, insertado en un texto en francés, leemos *obosso* (generalmente su ortografía estándar es *òboso*), que significa adelante o vamos:



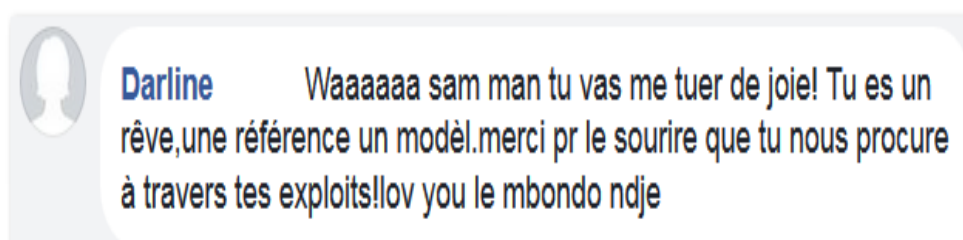
Comentario 26: Bravo los leones, vamos. (El Coton)

El cambio al léxico en douala le da carácter local al texto en francés, como un marcador de identidad grupal en esta comunidad de aficionados locales: *Bravo, los leones*, tal como se denomina a los jugadores de la selección nacional de Camerún. En

este caso, el uso de lenguas minoritarias sirve para establecer tanto la solidaridad grupal como las identidades locales y nacionales y terminar el texto.

4.2.2.4. Cambio de código al francés, inglés, pidgin inglés y lenguas indígenas: camfranglais y otras lenguas criollas.

Empezamos a ilustrar estos casos con un comentario con CC a varias lenguas:

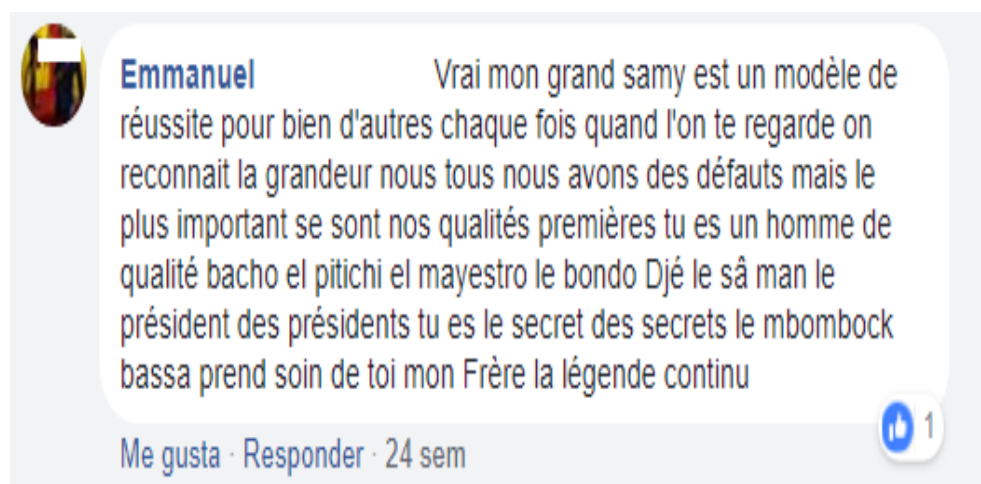


Comentario 27: Waaaaaa, Sam, *hombre* ¡me vas a matar de alegría! Eres un sueño, una referencia, un modelo. ¡Gracias por la sonrisa que nos regalas en tus logros! *Te amo hombre ideal.* (Samuel)

Darline comienza su texto con una exclamación en lengua douala *Waaaaaa*, sigue en francés, la lengua matriz, entremezclando su escrito con una palabra en inglés *man*; finalmente incluye tres elementos en inglés, *lov you* y dos, de nuevo, en lengua douala pero con el artículo en francés, le *mbondo ndje*. La autora expresa su afecto por Eto'o en inglés para marcar su carácter global. Eto'o es una persona influyente no solo en su país sino en muchos países donde se le reconoce y aprecia, por eso el uso del inglés como lengua globalizadora de sus éxitos. Las expresiones de afecto se realizan con frecuencia en una lengua diferente de la matriz (Androutsopoulos, 2013; Deumert y Vold Lexander, 2013), la incursión de léxico en douala para despedirse del grupo indica que el jugador es un hombre perfecto también para la comunidad local. El hecho de escribir en una de las lenguas de la provincia natal del jugador, lengua douala, muestra la identidad compartida de la autora con el jugador: los dos pertenecen al mismo grupo o etnia.

En una línea similar, el comentario 28 ejemplifica el papel de la elección de lengua para remarcar la alineación del autor con el grupo o comunidad de aficionados. La elección de lengua es también aquí un recurso de cortesía para expresar afecto, para

ensalzar los logros del jugador destacando su identidad local, nacional y cosmopolita o global a la vez, mediante una mezcla de lenguas determinada:



Comentario 28: De verdad, mi gran Samuel es un modelo de éxito para otros. Cada vez que te vemos, reconocemos la grandeza. Todos tenemos defectos, pero lo más importante son las cualidades propias. Eres un hombre de grandes cualidades *educado*, el *pichichi*, el *maestro*, el *hombre ideal*, el *jefe*, el presidente de los presidentes, el secreto de los secretos, el *rey de los bassa*. Cuídate, hermano mío, la leyenda continúa. (*Samuel*)

El comentario 28 muestra cómo el autor honra a uno de los dos mejores futbolistas del país por sus logros alcanzados mediante calificativos en varias lenguas. El autor se refiere a Eto'o como un hombre ideal, le *bondo Djé* en douala, y le *mbombock*, como se llama al jefe de una comunidad de la etnia bassa (que habitan predominantemente en la región de Douala), y lo felicita en bassa con el artículo en francés. También lo llama el *sâ man*, hombre de paz, utilizando un sintagma nominal formado por el sustantivo *man* en inglés o pidgin inglés con el adjetivo *sâ* (escritura estándar *sàn*) en lengua bassa y douala. Además, la inclusión de sustantivos como *mbombock*, persona con autoridad en el grupo, en bassa, el idioma nativo del jugador es, sin duda, una estrategia de cortesía hacia el jugador y su comunidad de Facebook. Este cúmulo de alabanzas sigue con una palabra en francés informal, *bacho*, una persona que posee un título académico, un bachiller, en definitiva, una persona con educación media o superior. Asimismo, el texto denota el prestigio con un término en español que vincula esta sección con la siguiente: la profunda devoción del escritor por el futbolista se muestra en *pichichi* (escrito incorrectamente en el texto *pitichi*), término que se refiere

al máximo goleador en LaLiga (Hernández Alonso, 2003) y *mayestro*, que significa maestro en italiano y español. Estos cumplidos, como sostiene Farenkia (2012), están íntimamente relacionados con la cultura del país. La profunda admiración del autor hacia la estrella se expresa a través de los elogios que tienen un carácter local exclusivo: es el jefe de la tribu, un hombre ideal y una persona de paz, su personalidad se elogia en una lengua local. Por otro lado, se emplea un código extranjero para referirse a su atractivo y éxito global como deportista internacional con *pichichi* y *maestro*. La identidad local y nacional, así como la localización y la globalización están claramente remarcadas por la elección del idioma. Esta mezcla de lenguas podría conformar lo que Simpson (2008) denomina nuevo grupo de lenguas creoles africanas, en este caso, *camfranglais*, y que, ciertamente, refleja el multilingüismo cotidiano en el país africano donde las lenguas locales y las coloniales participan diariamente del intercambio comunicativo de sus habitantes.

En el caso del Union Sportive varios simpatizantes también eligen lenguas locales para identificarse o loar a su equipo:

En el comentario 29, las lenguas locales y coloniales se mezclan con claros propósitos.



Ce fut un très bon match les gars! maintenez le cap! et en Egypte, ça ira incha'ALLAH!!!

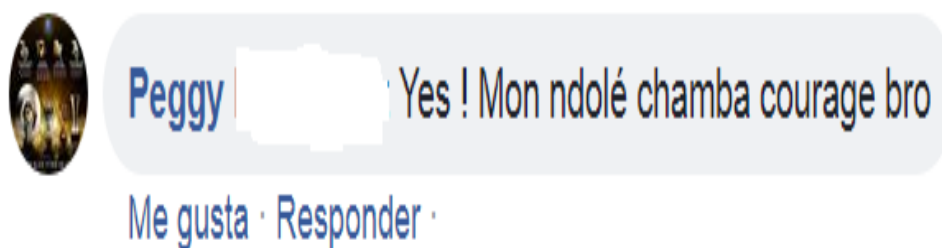
may God bless COTON SPORT OF CAMEROON! 😊

Comentario 29: ¡Fue un partido buenísimo, chicos! ¡Que se mantenga el ritmo! y en Egipto toda irá bien ¡si Dios quiere! *Que Dios bendiga al Coton Sport de Camerún* (El Coton)

El autor empieza con aclamaciones en francés y se despide expresando sus buenos deseos hacia el éxito del equipo en árabe romanizado, *Incha'Allah* (si Dios quiere), lo que marca su identidad local de habitante musulmán de la región. El francés, por otra parte, refuerza su pertenencia a la nación. Finalmente, la otra lengua oficial del

país africano se usa para enfatizar aún más los buenos deseos sobre el buen hacer de su club despidiendo el texto, recurriendo de nuevo al sentimiento religioso, altamente arraigado en la sociedad africana (Chiluwa, 2008; Anchimbe, 2013) *may God bless Coton* (Dios bendiga al Coton); el inglés le da carácter global a estos deseos que se han expresado anteriormente en francés y en árabe. El autor es claramente un ejemplo de camerunés educado: domina el francés y el inglés y además se comunica con una lengua restringida en Camerún a una comunidad, como muchos de los participantes de estos foros: jóvenes con educación secundaria y, en muchos casos, también superior, como afirman Penard et al. (2015). En el fútbol camerunés, según indica Vidacs (1999), los aficionados utilizan cualquier criterio para elegir las lenguas en las que se comunican.

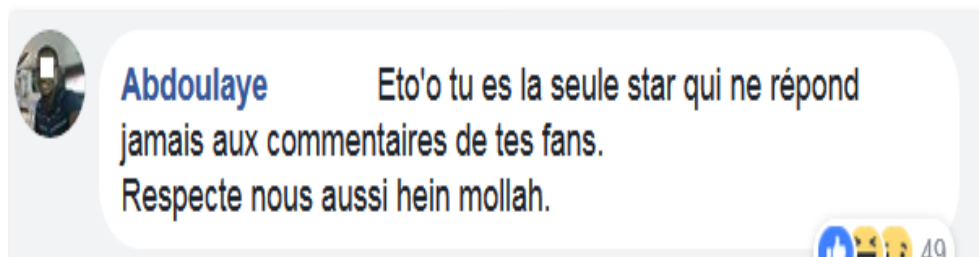
En el ejemplo 30, observamos una situación donde no hay una lengua predominante o lengua base, en 6 palabras tenemos tres lenguas o variedades de lenguas diferentes:



Comentario 30: ¡Sí! Mi *bueno* Chamba (nombre del jugador). Ánimo, hermano. (El Union)

La intervención de Peggy comienza con una palabra en inglés seguida de un pronombre posesivo en francés, *mon*, un sustantivo en douala (*ndolé*), dialecto de la región, inglés o francés (*courage*) y *bro* en pidgin inglés o probablemente inglés informal (véase *urbandictionary.com*) para finalizar el texto; una nueva combinación que podría formar lo que los lingüistas llaman *camfranglais* (Simpson, 2008), un símbolo de identidad local étnicamente neutral. El léxico en lengua douala, *ndolé*, se refiere a uno de los platos de comida más populares del país, que la autora utiliza para expresar su afecto por un jugador del Union Sportive llamado Chamba. Así, un elemento léxico en una lengua local sirve para mostrar su gran aprecio por este jugador, Chamba, que es tan buen futbolista como bueno al paladar es el *ndolé*. En este texto, como en el comentario anterior, la alineación con los demás participantes de la página se realiza mediante la mezcla de lenguas globales, los idiomas oficiales del país, así como con palabras locales.

En el comentario 31, en un texto predominantemente en francés, encontramos palabras en las lenguas camerunesas, pero con un propósito muy diferente al de los ejemplos anteriores, especialmente si lo comparamos con el comentario 28:



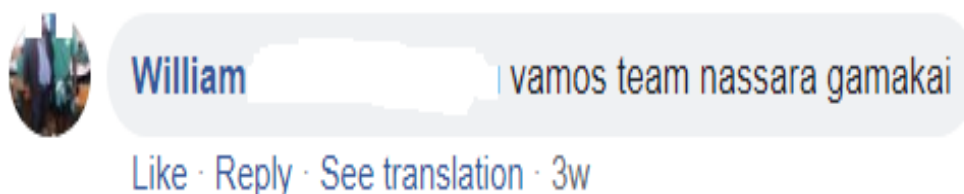
Comentario 31: Eres la única estrella que nunca respondes a los comentarios de tus fans. Respétanos también, *mi amigo*. (Samuel)

El CC a mbokotok, como se explicó anteriormente, un tipo de jerga inventada hablada por personas sin oficio, frecuentemente identificada con gente de dudosa reputación (Ngefak, 2010), marca la distancia del autor con el jugador internacional. La expresión *hein mollah* (mi amigo) es importante en este caso, no por lo que significa, sino por el hecho de que mbokotok es la lengua elegida por el autor para decir *mi amigo*. La elección de esta lengua criolla refuerza la postura del escritor en contra de la actitud de Eto'o en su página personal: es el único que no contesta a los comentarios de sus fans. El uso de esta lengua es, en realidad, un acto de agresión hacia Samuel Eto'o, es un insulto hacia la figura divinizada por sus fans, además de una estrategia que se emplea para marcar la distancia con el jugador, una de las funciones del CC señaladas por Androutsopoulos (2013). De esta manera, elegir mbokotok para dirigirse a la estrella internacional es en sí mismo un insulto al identificarlo con los que hablan esta lengua: una persona sin educación, de dudosa reputación y dedicada a la delincuencia, no como el autor de este comentario que es una persona educada. La distancia del autor con el jugador se recalca por la formalidad con la que está escrito el texto, que demuestra el dominio que el autor tiene del francés: sabe usar los acentos adecuadamente, no tiene faltas de ortografía, los párrafos se dividen correctamente y la puntuación sigue las normas de escritura. Así, el autor de este texto demuestra que Eto'o es de un rango inferior a todos los demás miembros de la comunidad de su página que son personas jóvenes con educación, como indican Penard et al. (2015), muchas veces de nivel superior, que saben escribir bien, jóvenes que, en un país con una penetración de Internet muy baja, disponen de esta plataforma para comunicarse diariamente.

4.2.2.5. Cambio de código a lenguas europeas.

La globalización ha permitido que los clubes europeos se sigan a lo largo y ancho del mundo. En África, se retrasmiten en directo todos los partidos de LaLiga o la Premier League británica, lo que ha dado lugar a que muchos africanos se identifiquen con clubes del continente europeo (Onwumechili y Akindes, 2014)). Esta puede ser la razón por la cual palabras en catalán, español e italiano y los eslóganes y expresiones relacionadas con equipos españoles e italianos se incluyan a menudo en los comentarios estudiados. Asimismo, estas lenguas también son populares en Camerún porque Samuel Eto'o jugó para el RCD Mallorca, el FC Barcelona, el Real Madrid CF y el Inter de Milán. Los cameruneses que son aficionados al deporte rey, por lo tanto, han estado siguiendo la carrera internacional de Eto'o y han aprendido palabras de este deporte relacionadas con el Barça, Madrid y Milán. De esta manera, las lenguas, los eslóganes, las arengas y todos los elementos utilizados para establecer la identidad de grupo en un club de fútbol han ido más allá del contexto y la comunidad donde se crearon. La globalización ha hecho posible que el catalán, italiano y español, y los lemas del Mallorca, Barcelona, Inter de Milán y Real Madrid se consideren marcadores de éxito deportivo, debido al triunfo de estas escuadras en las competiciones nacionales e internacionales, éxito con el que los aficionados al fútbol de Camerún quieren identificarse.

La inclusión de estas lenguas europeas en textos de Camerún se aprecia en los comentarios siguientes:



Comentario 32: Vamos equipo. Adelante. (El Union)

El autor alaba a su equipo usando el español *vamos*, el inglés *team*, y las dos lenguas locales fulfuldé, *nassara*, blanco, porque la vestimenta del equipo es de color blanco, y *gamakaï*, es decir, adelante.

En la misma línea, tenemos el comentario 33:



Comentario 33: *Coton Campeón ¡más que un equipo!* (El Coton)

Aquí, se ejemplifica cómo el lema del FC Barcelona, esta vez traducido casi totalmente al español con un solo ítem en catalán (*equip*, equipo), se encuentra en un texto de la página de Facebook del Coton Sport Garoua para equiparar al club camerunés con uno de los clubes más victorioso del panorama futbolístico, el Barça. El español/catalán marca el éxito que se quiere conseguir para el equipo camerunés.

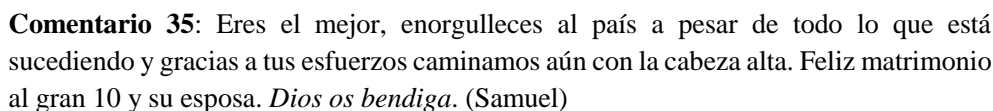
Del mismo modo, el español se emplea en el ejemplo 34 como parte del eslogan del equipo camerunés y para despedirse del grupo:



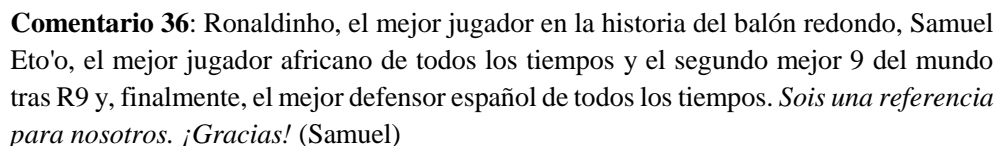
Comentario 34: Es solo un gol más que les habéis marcado, creo que los jugadores del coton se clasificarán, *Hala coton sport*. (El Coton)

Esta vez, utilizando el eslogan del otro equipo español más laureado, el ejemplo 34 muestra cómo el lema del Real Madrid se utiliza notoriamente para loar al mismo club camerunés del comentario anterior: *hala*, coton sport.

En lo que respeta a los comentarios 35 y 36, estos muestran cómo se inserta el español en los textos en francés para expresar buenos deseos y agradecer y felicitar al jugador por sus logros como deportista y enfatizar su carácter cosmopolita:



De manera similar al comentario 35, el español se utiliza al final del comentario en el comentario 36 a continuación, aunque esta vez las expresiones de cariño se extienden a otros jugadores de fútbol:



Además de la fórmula de agradecimiento en español al final, el texto incluye una oración completa que elogia a estos jugadores en la misma lengua. La oración se ha escrito por una persona cuyo conocimiento del idioma español es intermedio bajo; existe una clara transferencia del francés *estáis* en lugar de *sois* del verbo en francés *êtes*. La reduplicación de los signos de exclamación que siguen a *Gracias*, la despedida elegida, refuerza la postura del autor, enfatizando aún más su admiración por estas superestrellas.

En el caso del comentario 37 tenemos también una lengua extranjera, esta vez el italiano:



Comentario 37: Normal que CitySport Camerún tenga confianza en los mejores. ¡Vamos los blancos! (El Union)

Forza, lema que se utiliza cuando juega la selección nacional de Italia (Semino y Masci, 1996), se emplea para animar al equipo local y despedir el mensaje. Seguramente, Joseph lo utiliza porque este término se hizo popular en el país cuando Samuel Eto'o jugó para el Inter de Milán. Aquí se usa junto con una palabra en fulfuldé, *Nassara*, los blancos. En este caso, la glocalización se realiza por medio de una lengua local camerunesa, fulfuldé, y dos idiomas europeos, italiano y francés.

En resumen, estos ejemplos nos permiten concluir que el CC funciona de manera similar a lo que Swain (2002: 163) observó en su estudio de las Cartas a Ático de Cicerón en la época romana, donde la inclusión del griego mostraba "... the appropriation and subordination of the existing language of high culture". El catalán, español e italiano indican la "alta cultura" en el fútbol, a la que los equipos locales aspiran y que han conseguido estas escuadras europeas.

4.2.3. Lenguas utilizadas para el cambio de código y su función en España

Como recogían las tablas 11, 12 y 13, gran parte de los hinchas de los clubes españoles que se han analizado para esta Tesis utilizan el español y/o el inglés para el cambio de código. En general, el cambio a estas dos lenguas sirve para lograr la identificación con el resto de aficionados a estos clubes. En el caso del FC Barcelona, como hemos señalado anteriormente, el 63% de los aficionados cambian a estas dos lenguas en los comentarios analizados, el 3% de los hinchas añaden a estas lenguas el catalán (véase tabla 11). En cuanto al Real Madrid CF, el 71% de los hinchas alternan entre el español e inglés (véase tabla 12). En el Valencia CF, un 81% de simpatizantes escriben su texto mayoritariamente en español y cambian al catalán; mientras que el 7% de los aficionados escriben su texto en español y cambian al inglés en sus intervenciones (véase tabla 13).

Es necesario señalar en este apartado que, aunque las lenguas que intervienen en el cambio de código en los 3 clubes varían ligeramente, las funciones que representan son similares: la lengua predominante es el español, mientras que el inglés y catalán se emplean generalmente para expresar fórmulas discursivas. Por esto, la tabla 15 y la figura siguiente muestran los porcentajes de las funciones del cambio de código en los comentarios analizados en clubes de fútbol españoles en su totalidad, sin diferenciarlos por equipos.

Tabla 15: Porcentajes de las funciones de cambio de código en clubes de España

Funciones del cambio de código en páginas de clubes de fútbol españoles	Porcentajes
Fórmulas discursivas	67%
Énfasis	27%
Insultos	5%
Otras funciones	1%

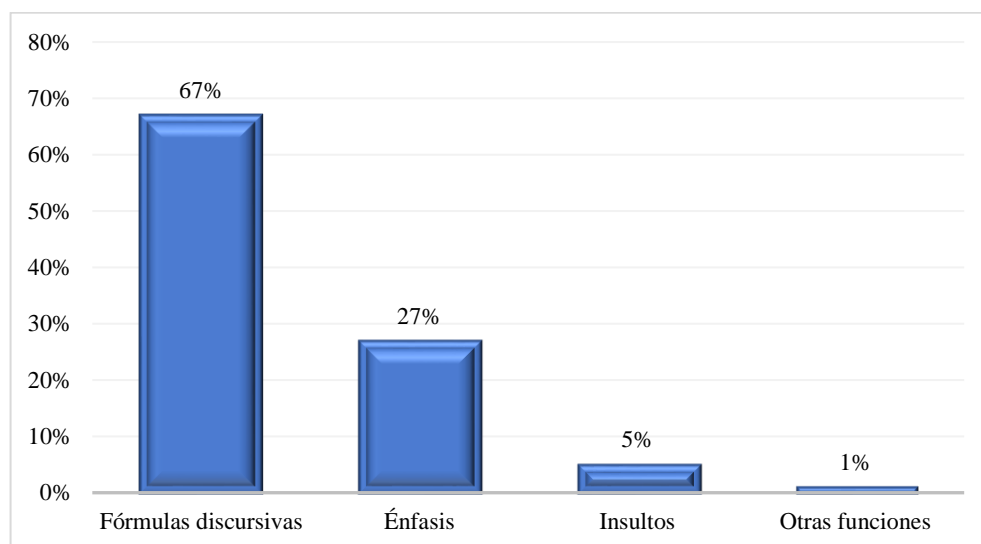


Figura 17: Gráfico de porcentajes de las funciones del cambio de código en clubes de España

En comparación con las funciones analizadas anteriormente de los equipos de Camerún, los simpatizantes de clubes de fútbol españoles utilizan el cambio de código para básicamente los mismos casos, aunque las cifras son ligeramente diferentes: en Camerún, el CC se utiliza mucho más que en España para fórmulas discursivas mientras que la repetición y el énfasis son más habituales en los clubes españoles.

Comenzamos a ilustrar los resultados con el cambio de código al inglés que se utiliza para expresar fórmulas discursivas como buenos deseos que sirven de saludos y despedidas. Estas son, sobre todo, indicadores de la muestra de afinidad con el grupo que interactúa en estas páginas futbolísticas. Términos como *bienvenidos*, *good luck*, *feliz cumpleaños*, *sorry*, *adios*, *the best player*, etc. son los más frecuentes del corpus. En otros casos, el CC enfatiza lo dicho en otra lengua, una de las funciones señaladas por Androutsopoulos (2013) Negrón- Goldberg (2009) y Montes-Alcalá (2016) entre otros, y sirve también para reforzar la pertenencia al conjunto de simpatizantes del club en cuestión.

4.2.3.1. Cambio de código al inglés

En el mensaje siguiente, la lengua base es el español con cambio de código al inglés:



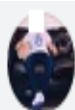
Ruthy Que lo dejen jugar!
Es buenísimo y no lo dejan jugar! Bring him
the opportunity, daleeeeeee!

Me gusta · Responder · 5 sem

Comentario 38: ¡Que lo dejen jugar! *Dadle la oportunidad*, ¡daleeeee! (el Barça)

En el Barça, el cambio al inglés aparece en el 63% de los casos estudiados (véase tabla 11). La autora expresa sus deseos pidiendo que se le conceda otra oportunidad a un jugador. Empieza este texto en español, reforzando su cumplido hacia el jugador y reconociendo su excelencia en el campo. El cambio al inglés enfatiza aún más su petición de dar la oportunidad a este buen jugador; siendo el énfasis una de las funciones de CC más habituales (Montes-Alcalá, 2016). La autora utiliza esta lengua para globalizar su texto y alinearse con la comunidad de aficionados que comparten su opinión.

En la misma línea, en el comentario 39, el autor cambia al inglés para alabar a un jugador específico, Messi:



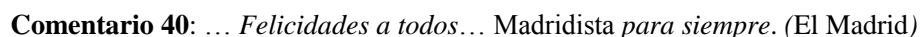
Jeff Grande Messi!!! Su humildad lo hace muy diferente y pasa
por encima de muchos, de Mariconaldo por ejemplo. Messi the best
player of the world !!! 🙌🕶️

Me gusta · Responder · 1 d



Comentario 39: ¡Qué grande es Messi! ¡Messi, *el mejor jugador del mundo*! (El Barça)

Otro ejemplo del cambio al inglés, esta vez del Madrid, muestra cómo el CC enfatiza la expresión de buenos deseos:



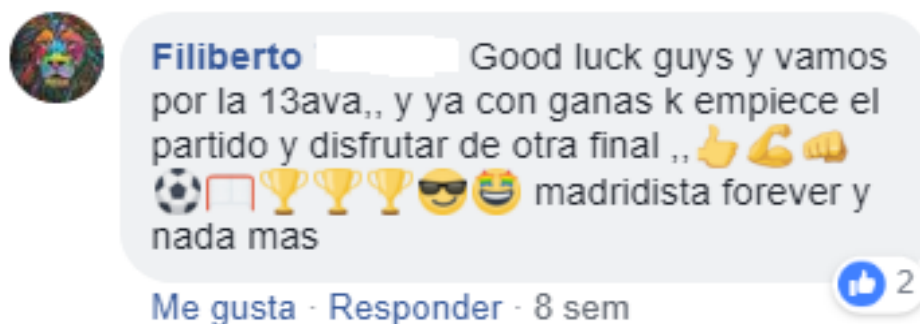
En el ejemplo a continuación la autora cambia al inglés para ensalzar a su equipo favorito:



Comentario 41: Vamos los dos. *¡Mi equipo de fútbol favorito!* Hala Madrid y Vamos Valencia. (El Valencia)

En este comentario 41, la autora alaba a sus dos equipos preferidos: el Madrid y el Valencia. Formula el cambio al inglés para reforzar sus elogios y señalar su doble identidad como miembro tanto del Club Blanco como del Valencia. En este texto, utiliza el inglés para solidarizarse y mantener su identidad con el resto del grupo (Tsiplakou, 2009; Lee, 2016).

En este otro ejemplo, el admirador del Madrid saluda al resto de aficionados con su deseo de victoria en inglés:

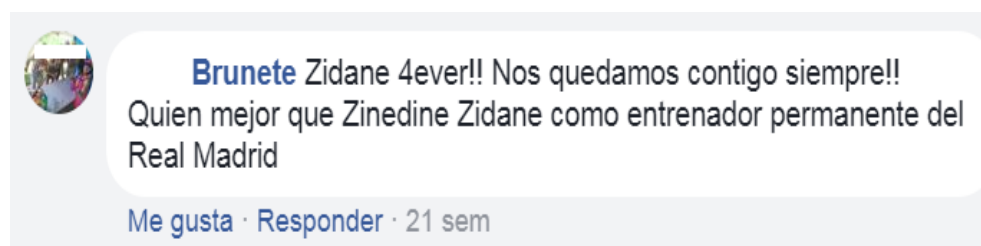


Comentario 42: Buena suerte, chicos..... madridista para siempre y nada más. (El Madrid)

El cambio de código al comienzo del texto para saludar marca el tono de complicidad con el resto de la comunidad: los deseos de victoria se comparten con todos.

El inglés sirve para que el autor se alinee con el resto y marca la identidad global del grupo.

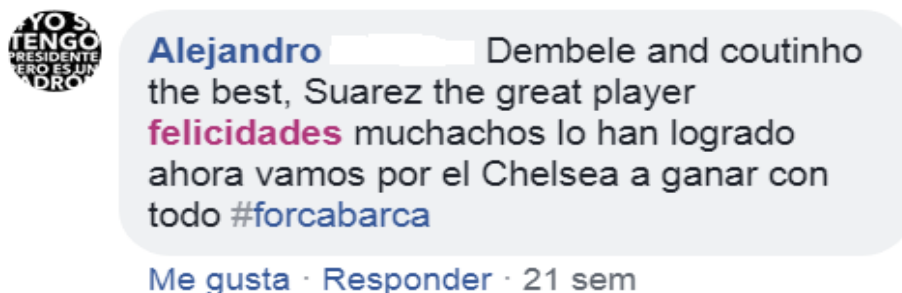
Este comentario 43 empieza usando el inglés como saludo inicial que además elogia al entrenador blanco:



Comentario 43: ¡Zidane para siempre! ... (El Madrid)

La autora de este texto utiliza el inglés para animar al entrenador Zidane y, a su vez, para compartir sus alabanzas hacia el antiguo jugador francés con todos los madridistas. Se indica su acercamiento al jugador mediante la palabra *4ever*, cuya ortografía abreviada en inglés en este texto especifica su significado (Panckhurst, 2010): *for ever*, para siempre; muestra el juego o la creatividad lingüística en lo que normalmente se denomina *textese language* en inglés (Thurlow, 2007). Brunete se identifica como una hinchista que asocia la victoria del club con la eficiencia del entrenador.

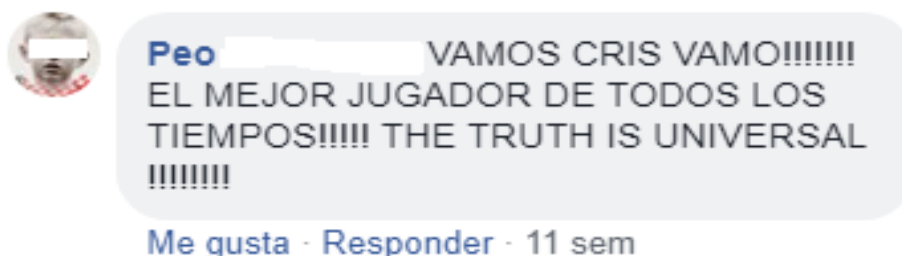
En el comentario 44, el autor comienza el texto animando a tres jugadores: Dembele, Coutinho y Suárez, que han permitido que el club logre la victoria:



Comentario 44: Dembele y coutinho los mejores, Suárez el gran jugador... (El Barça)

Este autor aclama a estos jugadores por haber conseguido la victoria que permitirá al club seguir en esa competición. Compara la bravura de estos jugadores mediante dos adjetivos superlativos: *the best* o el mejor, *the great* o el grande; considera a Dembele y Coutinho como mejores jugadores, pero no tan buenos como Suárez, al que asigna el rango de jugador grande, con más autoridad, que posee un estatus superior a los demás. Estas alabanzas en inglés siguen en español, con lo que el autor logra transmitir su mensaje positivo a todo el grupo.

El autor del comentario 45 cambia al inglés para despedir su texto a la vez que remarca su admiración hacia el entonces goleador blanco:



Comentario 45: ... ¡LA VERDAD ES UNIVERSAL! (El Madrid)

Este autor utiliza el español para honrar a la estrella del Real Madrid CF, Cristiano Ronaldo, por ser el mejor futbolista. Para él, este jugador es el mejor goleador de todos los tiempos. El cambio al inglés enfatiza la veracidad de su opinión sobre las hazañas del portugués: es verdad que no hay nadie mejor que él en todo el mundo. Este énfasis globaliza el texto y posiciona al autor como miembro de la comunidad de los aficionados que aprecian al jugador y al equipo.

A diferencia del comentario anterior donde se utiliza el inglés al principio del mensaje, la autora del comentario 46 a continuación cambia al inglés para finalizar el texto:



Lelling [redacted] Gracias por formar parte del Real Madrid!!
Te Deseo muchos Éxitos en tu nuevo Equipo, estaré al pendiente de tus nuevos retos y triunfos.
I really miss You 😞😞!!
Thank you so Much!!

Me gusta · Responder · 1 sem

Comentario 46: ... *¡Te echo de menos! ¡Muchas gracias!* (El Madrid)

Esta autora, Lelling, expresa sus deseos en español de agradecimiento y felicitación a un jugador por los logros que alcanzó cuando jugaba con el Madrid, y los que logrará fuera de este club. La autora de este texto cambia de código al inglés para despedirse y dar las gracias al jugador. Lelling expresa su afecto hacia este jugador en una lengua diferente, como en el caso de Tsiplakou (2009), lo que remarca su identificación con la comunidad internacional de simpatizantes del club y del jugador.

En el comentario 47, el inglés es la lengua usada para despedir el texto a la vez que se disculpa ante toda la comunidad:



Boo [redacted] Soy del Barça pero no me dieron ganas de ver el partido hoy!! Se pasaron la semana pasada la verdad me bajaron la moral en la champion!! Sorry guys

Me gusta · Responder · 14 sem · Editado

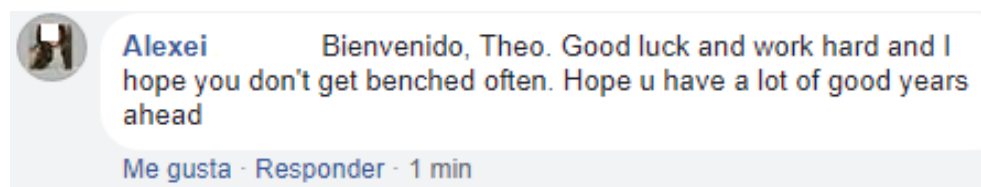
Comentario 47: ... *Lo siento chicos.* (El Barça)

Tras la derrota del equipo, el autor del texto expresa su decepción y enfado con el equipo. Este autor utiliza el español, lengua dominante, para compartir con el grupo su decepción por la marcha del equipo. Su despedida en inglés mitiga su enfado hacia el equipo, enfado que seguro comparten el resto de los aficionados en ese momento. El cambio al inglés atenúa la posible amenaza hacia el grupo provocada por el texto en español, la atenuación es una de las funciones de CC destacadas en Androutsopoulos

(2013). La despedida refuerza su identificación con el grupo de aficionados que animan al club a pesar de la derrota. Esta disculpa es una estrategia atenuante que adquiere a menudo un valor cortés (Briz, 2012; Briz y Albelda Marco, 2013). Además, disculparse se considera un requisito para que los jugadores no se desanimen (Serrano Franco y Cázares Blanco, 2019).

4.2.3.2. Cambio de código al español

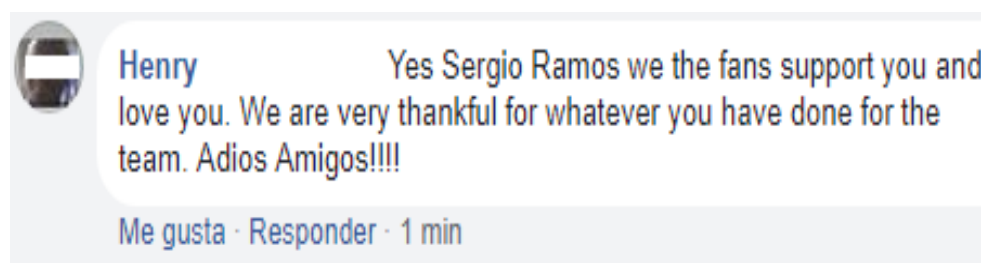
Aunque menos frecuente que el cambio anterior porque la mayoría de los comentarios están en español, las tablas 11, 12 y 13 señalan que este cambio es frecuente en los clubes del estudio. En general, el cambio al español se usa en fórmulas discursivas y para remarcar lo dicho en inglés. Por ejemplo, el comentario que sigue comienza saludando al jugador en la lengua del club, el español:



Comentario 48: *Bienvenido, Theo.* Suerte y trabaja duro, y espero que no te dejen en el banquillo a menudo. Espero que cumplas muchos años. (El Barça)

Esta autora empieza su comentario con la expresión de buenos deseos hacia el jugador, Theo, con una palabra en español. Formula este deseo al principio para saludar e identificarse con los aficionados que animan al jugador. Al empezar su intervención en la lengua del club, se establece cierta relación cortés con el grupo a la par que alienación colectiva, lo que a menudo se remarca en otra lengua de interacción según Tsiplakou (2009).

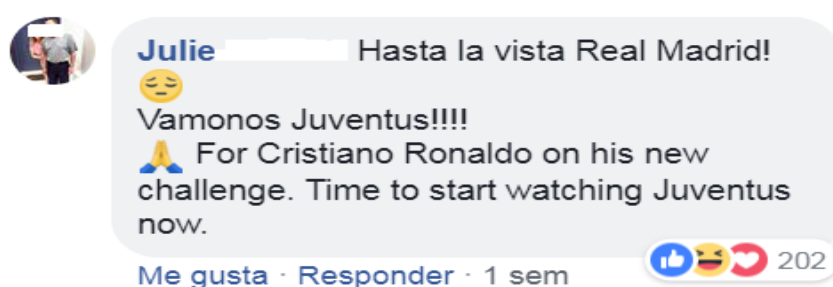
El mensaje 49 sobre la salida frustrada de Sergio Ramos del equipo blanco termina con la frase hecha *Adios Amigos*, frase popular en el mundo anglosajón; es, entre otros, el título elegido para un álbum de rock del grupo norteamericano Ramones:



Comentario 49: Sí Sergio Ramos, los aficionados te apoyamos y te queremos. Estamos muy agradecidos por todo lo que has hecho por el equipo. ¡Adios Amigos! (El Madrid)

El autor utiliza el inglés para expresar su afecto y buenos deseos hacia el capitán del equipo que lo va a abandonar. Con esta lengua se alinea con el grupo de los aficionados que apoyan a este jugador por sus logros con el equipo. Se cambia al español para despedirse de los jugadores del equipo en un tono familiar y de amistad que indica cortesía, siendo la cortesía un tema clave del CC también para Dąbrowska (2013). La despedida en español refuerza el acercamiento del autor a los jugadores de su club y sirve para solidarizarse con los miembros del grupo que apoyan al equipo. El uso de una unidad fraseológica o cita en una lengua diferente de la lengua base es una de las estrategias más recurrentes en el corpus de mensajes con CC de código al inglés investigado por Lengyelová (2019).

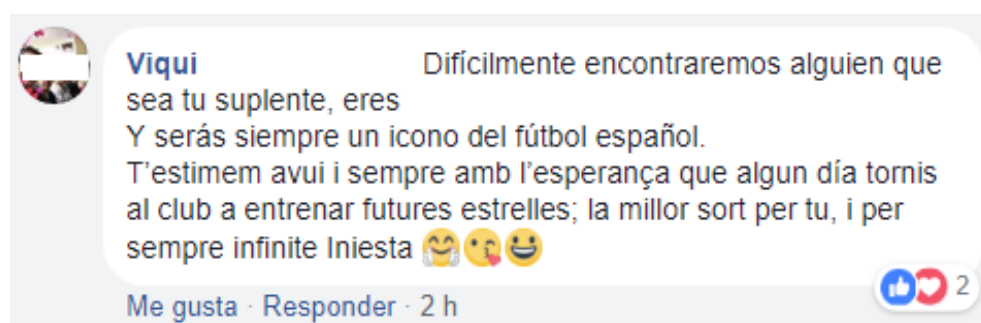
El comentario 50 también recurre a una frase en español para iniciar el comentario en inglés. De nuevo, al igual que en el corpus de Lengyelová (2019), tenemos una frase en español, una cita mundialmente conocida sobre todo gracias a la película Terminator, como indica Hill (1993):



Comentario 50: ... Para Cristiano Ronaldo en su nuevo desafío. Tiempo de comenzar a ver a la Juventus ahora. (El Madrid)

La autora de este mensaje utiliza el español al principio de su comentario para despedirse del Real Madrid, *Hasta la vista*, y el español es también la lengua que utiliza para dar la bienvenida al club italiano, el nuevo equipo de su ídolo, la Juventus. La autora usa el español, aunque sin acentos, porque es la lengua del club donde hasta entonces jugaba el portugués. Aquí vemos claramente que la lengua se identifica con un equipo, utilizándola, Julie se integra en la comunidad de madridistas plenamente.

A diferencia de los comentarios anteriores, esta vez la lengua dominante es el catalán, uno de los pocos ejemplos que se han encontrado; la autora inserta al principio de su texto el español donde elogia a Iniesta en su lengua:



Comentario 51: ... Te queremos hoy y siempre con la esperanza de que algún día vuelvas al club a entrenar a futuras estrellas; la mejor suerte para ti y para siempre *infinite* (infinito en inglés) Iniesta. (El Barça)

La autora del comentario 51 utiliza el español para alabar los logros de Iniesta y despedirse de él por ser el único icono cuya ausencia en el club será irremplazable. Además, cambia al inglés para etiquetar al jugador manchego como “infinito”, su grandeza es infinita. Gran parte de los elogios hacia el jugador se expresan en una lengua distinta, lo que da más énfasis a estas partes del texto.

El autor del ejemplo 52 cambia de lengua para expresar sus sentimientos y enfatizar sus deseos:



Bobby [redacted] Wow really gona miss u CR7 hope ma super madrid wil b stronger dis time tnks to a big icon.. Te quiero mucho..

Me gusta · Responder · 1 sem



Comentario 52: Guau, te extrañaré CR7. Espero que mi súper Madrid sea más fuerte esta vez gracias al gran icono. *Te quiero mucho.* (El Madrid)

El autor, Bobby, utiliza el inglés para despedirse de un jugador específico, Cristiano Ronaldo, expresando su afecto y deseando que el equipo se mantenga fuerte durante su ausencia. Bobby cambia al español para enfatizar este afecto hacia el jugador y alinearse con el grupo de los simpatizantes de este futbolista galardonado internacionalmente (Lee y Barton, 2011). El cariño que transmite hacia el portugués al final de este comentario es otra forma de despedida informal que este autor utiliza para cerrar su mensaje y enfatizar su deseo hacia el jugador y el club. De nuevo, el aprecio se remarca con la lengua del club. El cambio menor al francés que pasa desapercibido a simple vista con *ma* podría ser porque Bobby es originario de un país africano donde tanto el francés como el inglés son lenguas oficiales o de uso diario.

En la misma línea que los ejemplos anteriores, la valencianista del comentario 53 cambia al español para desearle feliz cumpleaños a un jugador en una de las lenguas oficiales del club naranja:



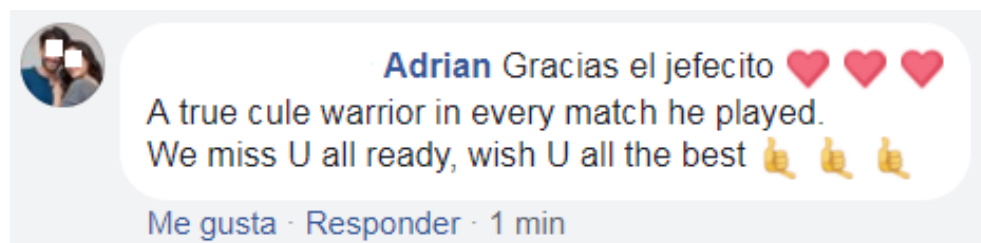
Daniela [redacted] The best winger Valencia had. Such a shame he had all those injuries. Great player! He could have been as good as David Villa. Feliz cumpleaños, Vicente! 🍷

Me gusta · Responder · 3 min

Comentario 53: El mejor delantero que tuvo el Valencia. Qué pena que tuviera estas lesiones. ¡Gran jugador! Podría ser tan bueno como David Villa. *¡Feliz cumpleaños, Vicente!* (El Valencia)

La autora de este mensaje cambia al español para expresar sus buenos deseos a un jugador concreto, Vicente, que no podrá jugar debido a las lesiones que tuvo durante otro partido. Compara la valentía de Vicente con la de otro jugador, David Villa. Cambia al español, lengua oficial del club, para desear feliz cumpleaños a Vicente y marcar su pertenencia a la comunidad con el uso de esta lengua, de nuevo, la lengua sirve para establecer la pertenencia a una comunidad determinada de aficionados. En este ejemplo, como en muchos otros casos del corpus, el español y el inglés coexisten a menudo en el mismo texto (7% de los casos en este equipo en la tabla 13).

En cuanto al comentario 53, el autor presenta un texto mayoritariamente en inglés donde el CC al español es una fórmula discursiva para empezar el comentario y expresar agradecimiento:



Comentario 54: Gracias el jefecito. *Un verdadero guerrero culé en cada partido que juega. Te echamos ya de menos. Te deseamos todo lo mejor.* (El Barça)

Este autor agradece probablemente al entrenador y antiguo jugador sus logros en todos los partidos. Este agradecimiento o reconocimiento en español al principio del texto enfatiza la valentía de este jugador y permite al autor identificarse como miembro del grupo. El uso del inglés como lengua dominante del texto sirve para aclamar al futbolista y valorar sus logros en el equipo delante de toda la comunidad internacional.

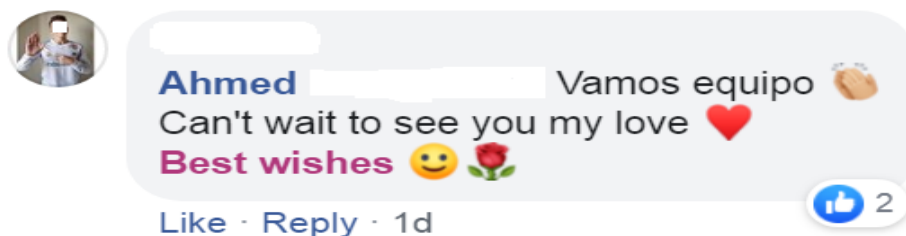
La autora del comentario 55 a continuación cambia al español para reforzar las alabanzas hacia el club:



Comentario 55: *¡Así es! El mejor en el mundo. Felicidades. ¡Muy feliz y orgulloso de ti! mereces esto y mucho más por tu amor y tu trabajo en el terreno de juego. Gracias por ser el mejor jugador del mundo. Te quiero y te estoy viendo jugar *Que orgullo, el mejor del mundo...* (El Madrid)*

En este texto, la autora comienza y finaliza su mensaje en español para elogiar al club y a su jugador más emblemático del momento mediante apreciaciones positivas, habitual en el mundo del deporte rey según Hernández Alonso (2003) y reforzar su identidad grupal. El uso del inglés como lengua dominante globaliza este texto y permite a la autora expresar su admiración por su club compartiéndola con todos. De nuevo, tenemos un texto en la lengua global de Internet (Lee, 2016) que comienza y termina en una lengua local.

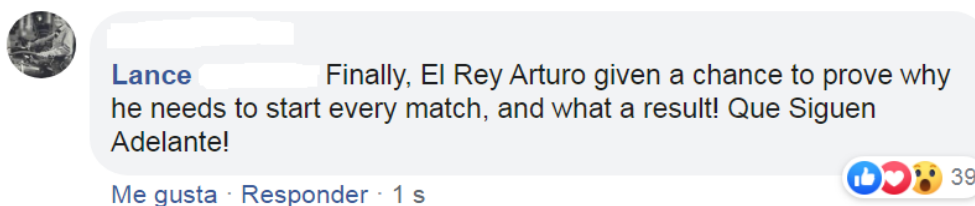
En el comentario 56, el autor anima al club deseándole lo mejor para el próximo partido cambiando de código:



Comentario 56: ... No puedo esperar a verte amor mío. Mis mejores deseos. (El Madrid)

Este autor abre su mensaje animando al club y subrayando que pertenece a la comunidad con pleno derecho al empezar su texto en la lengua de su equipo, al que ama.

En el siguiente comentario, el autor realiza el CC al español esta vez para despedirse del grupo:



Comentario 57: ¡Finalmente, El Rey Arturo (el jugador Arturo Vidal) tuvo la oportunidad de justificar porqué necesita comenzar cada partido y qué resultado! ¡*Que siguen Adelante!* (El Barça)

Este autor se siente satisfecho y reconoce que este logro alcanzado por el jugador Arturo es el resultado de sus propios esfuerzos, lo elogia en español: Arturo es el rey. La oportunidad dada a este jugador ha sido beneficiosa para el club. Tras este sentimiento de satisfacción expresado en inglés, lengua dominante del texto, Lance cambia al español para despedirse del grupo y animar a su equipo. De nuevo, el español, aunque sin usar el subjuntivo que sería lo correcto, le permite identificarse con el resto de la comunidad que valora los logros de los jugadores, su unión y sus excelentes resultados.

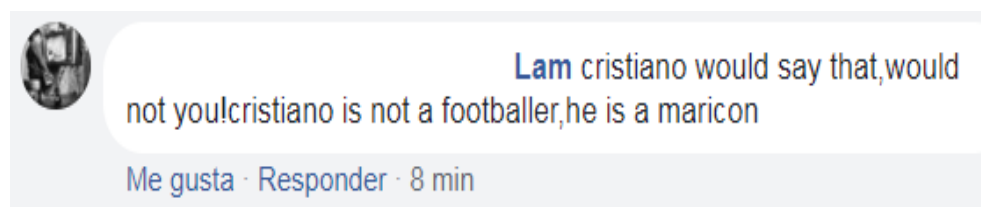
En el comentario 58, se incorpora una sola palabra del español en un texto en inglés:



Comentario 58: Coutinho les cortará por la mitad como un *cuchillo*. Bienvenido al Barça, chico. (El Barça)

El cambio al español en este texto reafirma la pertenencia al grupo. El texto está escrito en inglés con un solo ítem en español, *cuchillo*, que marca la identificación del autor con el territorio y el grupo de aficionados. El texto en inglés exalta el prestigio de Coutinho mostrando su valentía en el equipo como uno de los mejores cuya presencia traerá siempre la victoria al equipo, será el *cuchillo*, que cortará la cabeza a los rivales marcando goles.

Contrariamente a los comentarios 57 y 58, el autor del siguiente comentario cambia al español para insultar a un jugador concreto:



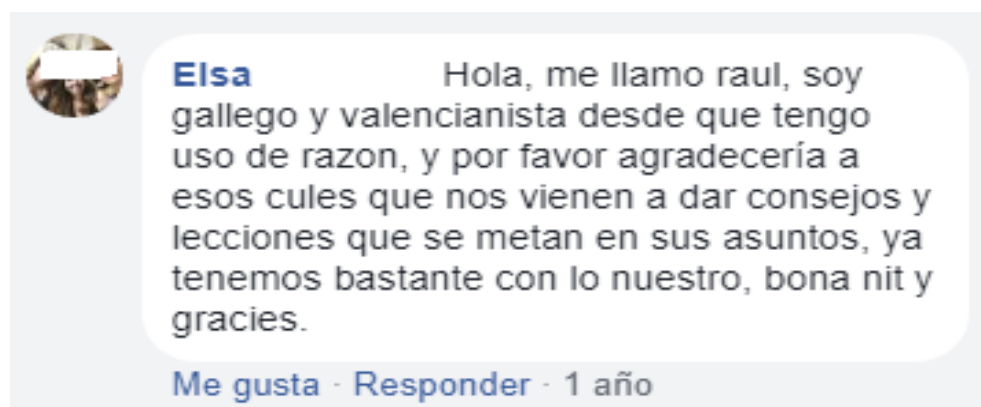
Comentario 59: cristiano diría eso, ¿no lo dirías? cristiano no es un jugador, es un *maricón*. (El Barça)

Este autor confirma una información anterior que considera real mediante el uso del inglés. El cambio al español para insultar a Cristiano Ronaldo refuerza la unión de aficionados al Barça: todos odian a Ronaldo y, a la vez, tienen conocimientos, aunque básicos, de una de las lenguas del club. En los casos anteriores, el español participaba activamente en las alabanzas a los jugadores, en este caso, el CC a la lengua del club es una herramienta para lo contrario, para marcar la descortesía hacia el rival, lo que Androutsopoulos (2013) llama alineación o rechazo.

4.2.3.3. Cambio de código al catalán

El cambio al catalán es habitual en el Valencia CF. Sin embargo, en el FC Barcelona no hemos encontrado ejemplos de cambio al catalán. Como se indicó en la descripción del corpus, no podemos incluir como cambio de código los omnipresentes *blaugrana*, *més que un club* o *visca Barça*. Probablemente, la ausencia de cambios al catalán es debida a que el club barcelonista tiene muchos más aficionados de fuera de Cataluña, 104 millones de seguidores frente a 3.3 millones del Valencia. Los ejemplos del Valencia CF a continuación muestran las funciones de CC al catalán (véanse las cifras en la tabla 13).

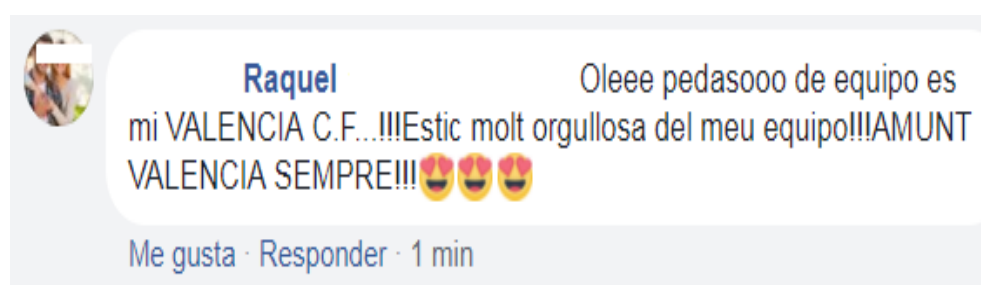
En el primer ejemplo mostrado, la autora cambia al catalán para expresar fórmulas discursivas, para despedirse:



Comentario 60: ... Buenas noches y gracias. (El Valencia)

La despedida utilizada al final del mensaje en catalán formulada por esta aficionada de Galicia claramente demuestra que el uso de la lengua autóctona es un claro marcador de la identidad grupal: soy de fuera de Valencia, pero como aficionada del club conozco la lengua que lo identifica y la uso para ser cortés con mi grupo y expresarle mis buenos deseos a la comunidad de la que formo parte desde pequeña.

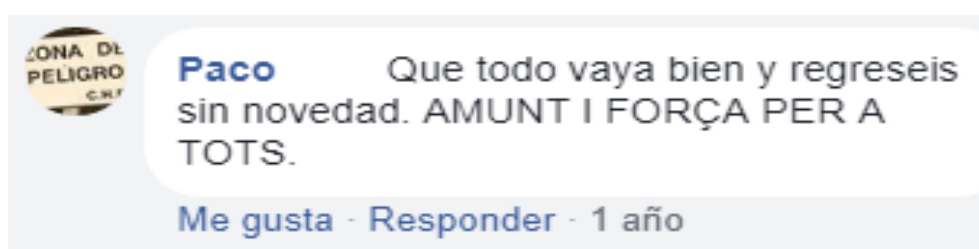
En el ejemplo a continuación la fórmula discursiva de buenos deseos en catalán refuerza la identidad grupal, la aficionada de este club alaba a su equipo en dos lenguas diferentes:



Comentario 61: ¡Estoy muy orgullosa de mi equipo! ¡Vamos Valencia, siempre! (El Valencia)

En el comentario 61, la autora saluda al resto en español en ortografía informal de marcado carácter oral propio del sur de España *oleee pedasooo de equipo*, al que se añade una oración en catalán con un ítem en español. El cambio en catalán afianza lo que se dijo anteriormente en español (Montes-Alcalá, 2016) y refuerza aún más la pertenencia al grupo de valencianistas que culmina con el eslogan del club a modo de despedida.

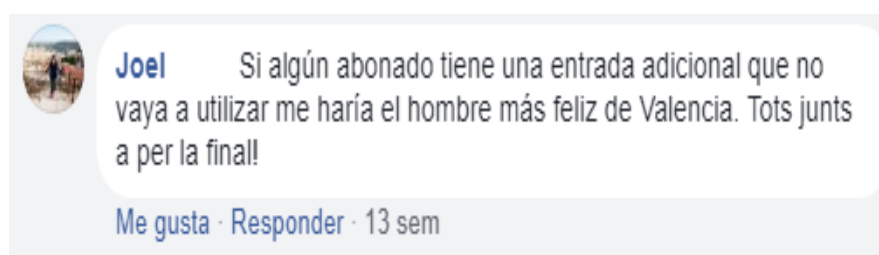
En el comentario 62 del Valencia, el autor anima al club cambiando al catalán:



Comentario 62: *Adelante y fuerza para todos.* (El Valencia)

El autor, Paco, utiliza el español al inicio de este texto para expresar sus deseos de triunfo o victoria del equipo. El autor cambia al catalán para animar al club e identificarse con toda la comunidad de aficionados. Este autor subraya las alabanzas en catalán (Montes-Alcalá, 2016): *FORÇA PER A TOTS*; utiliza esta lengua para marcar su identidad local directamente relacionada con el territorio a donde pertenece el equipo.

Joel, el autor del siguiente comentario 63 cambia al catalán para animar el club:



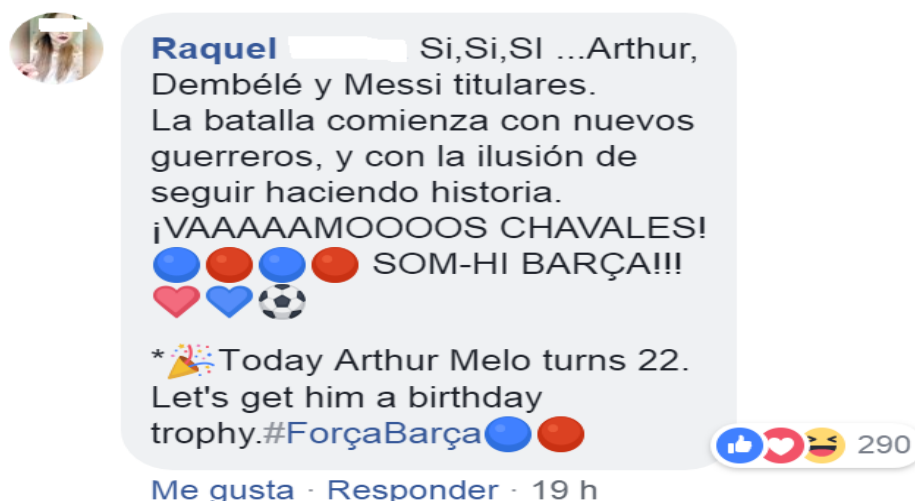
Comentario 63: ... ¡Todos juntos a por la final! (El Valencia)

Este autor transmite una información en español para pedir una entrada. El cambio al catalán refleja un deseo compartido con el resto, no solo por lo que dice, sino también porque lo transmite en la lengua local, lo que refuerza el carácter solidario de

este texto y su acercamiento hacia los otros aficionados y su identificación grupal (Hinrichs, 2006).

4.2.3.4. Cambio de código al inglés y catalán

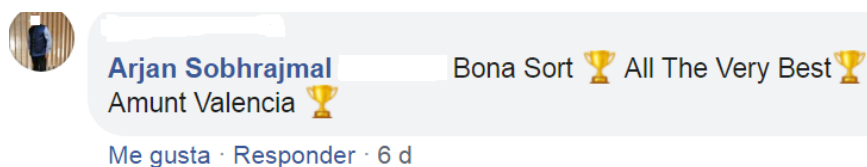
El siguiente ejemplo ilustra cómo en la página de Facebook del FC Barcelona las fórmulas discursivas, buenos deseos y saludos y despedidas, refuerzan la identidad del grupo por la práctica compartida de usar el español como lengua base y cambiar al inglés y catalán, el 2% de los casos incluye este patrón:



Comentario 64: ... ¡A por ellos, *Barça*! Hoy, Arthur Melo cumple 22 años. Vamos a darle un trofeo de cumpleaños. (El *Barça*)

La autora de este comentario utiliza tres lenguas distintas para indicar su posición como ciudadana local y global en este grupo de hinchas. El cambio al catalán refuerza la pertenencia al grupo de aficionados con la arenga: *a por ellos, Barça*. Por otra parte, el cambio al inglés, en este caso mediante una oración completa, felicita al jugador brasileño en la lengua global para que todos los simpatizantes de la página del club participen de esta felicitación, haciéndola así, colectiva (Lee y Barton, 2011). Este autor enfatiza asimismo la perspectiva multicultural e internacional del equipo, a la que el *Barça* aspira desde que el fútbol usa internet para expandirse fuera del territorio (Crolley, 2008).

En el comentario que sigue ilustramos cómo el catalán se incluye habitualmente en la página valencianista:

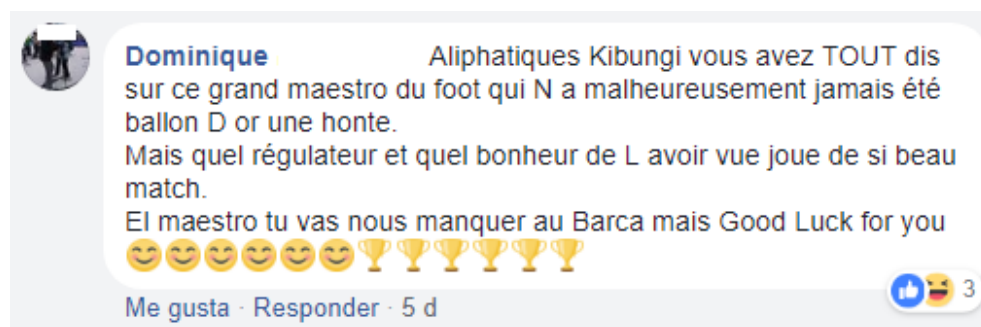


Comentario 65: Mucha suerte. Te deseo todo lo mejor. Vamos Valencia. (EL Valencia)

El autor del comentario comienza expresando su buen deseo en catalán e inglés al equipo para alentarlos en la esperanza de que alcancen victoria. Este aficionado expresa su deseo de éxito, *Bona Sort*, al equipo del Valencia que lucha por el título de campeón de LaLiga. Comparte este deseo con el resto de los simpatizantes del equipo en la lengua autóctona del club, pero también en inglés, haciendo extensivo su agradecimiento a toda la comunidad en un claro ejemplo de glocalización.

4.2.3.5. Cambio de código con otras lenguas como lengua base

En los clubes de fútbol españoles, también encontramos textos mayoritariamente en lenguas diferentes del español e inglés, tales como francés, portugués o árabe, donde observamos frecuentes cambios al español, inglés o catalán: el 4% de los casos en el FC Barcelona, 6% en el Real Madrid CF y el 2% en el Valencia CF.



Comentario 66: Aliphatiques Kibungi usted ha dicho todo de este gran *maestro* del fútbol que desafortunadamente nunca ha recibido el balón de oro, una vergüenza. Pero qué regularidad en el juego y qué alegría verlo jugar tan buenos partidos. *El maestro* te echaremos de menos en el Barça pero *suerte*. (El Barça)

El autor utiliza el francés, lengua dominante de este comentario para elogiar los logros de este jugador y recalcar que nunca lo premiaron a pesar de sus buenos logros alcanzados en cada partido. Este autor cambia al español para mostrar lo prestigioso que es este jugador mediante la palabra *maestro*, posiblemente porque el autor es africano donde la cortesía se remarca con el uso de apelativos de esta clase (Anchimbe, 2013). El cambio al inglés al final de este texto sirve para expresar sus buenos deseos hacia este jugador que se marcha del club haciéndolos extensivos a la comunidad global de barcelonistas.

En el siguiente mensaje, el autor comienza agradeciendo al entrenador utilizando un tono formal:



Phuróc [redacted] Merci beaucoup
Monsieur.... you came, you conquered and
now you left like a legend.... You achieved
such greatness that no one can't even
dream of. We wish you the best of luck and
all the happiness in the world..... until we
meet again!
#GraciasZiZou

Me gusta · Responder · 7 sem · Editado

Comentario 67: *Muchas Gracias señor* (referido a Zidane). Viniste, conquistaste y ahora te fuiste como una leyenda. Alcanzaste la grandeza que nadie puede soñar en tener. Te deseamos mucha suerte y toda la felicidad del mundo. Hasta la próxima. (El Madrid)

Este autor utiliza el francés como fórmula de cortesía hacia el entrenador, dado que esta es la lengua de Zidane, las gracias se refuerzan así mediante la lengua utilizada para expresarlas (Tsplakou, 2009). El uso del inglés, lengua mayoritaria, globaliza el texto y sirve para aclamar la valentía de este entrenador.

El autor del comentario 68 inserta cambio de código a varias lenguas en un texto donde el francés es la lengua base:



Jonas Let's go we are the best ,
gagner c'est notre métier et surtout notre
habitude ! Let's go , vous faites de nous les
fans les plus heureux de la planète football
! Viva ao réal de Madrid

Me gusta · Responder · 8 sem

Comentario 68: *Vamos, somos los mejores.* Ganar es nuestra prioridad y sobre todo una costumbre. *Vamos.* Hacen de nosotros los más felices aficionados del planeta del fútbol. ¡Viva el Real Madrid!

En este comentario, el autor usa las tres lenguas: inglés, francés y portugués. Mediante el inglés se enfatizan sus alabanzas dentro del texto en francés, lengua dominante, y de esta forma pretende alinearse con el grupo de los hinchas que comparten esta felicidad (Leppänen y Peuronen, 2012). Al final de este texto, con la despedida en una mezcla de español y portugués se pretende la identificación con el resto de la comunidad. Sin duda, la razón principal de usar varias lenguas es llegar a una audiencia mucho más amplia y global (Lee, 2017).

4.3. Consideraciones globales de los resultados

Como resumen de los resultados de este estudio sobre el análisis de la elección y mezcla de lenguas en comentarios futbolísticos bilingües y multilingües de Camerún y clubes españoles, es necesario recalcar la relación entre el CC y la construcción de identidades locales y globales. Los comentarios analizados en estos dos países presentan varias funciones de CC: saludos, despedidas, buenos deseos, insulto y agradecimiento que los aficionados utilizan para alinearse con sus diferentes clubes de fútbol.

En Camerún, país multilingüe, los hinchas cambian al inglés y las lenguas indígenas de Camerún para expresar los buenos deseos, los saludos, las despedidas y el afecto. Los mensajes cameruneses incluyen muchas más lenguas en el intercambio comunicativo y el cambio de código se usa mucho más para expresar los buenos deseos al club o jugador. En el corpus de esta Tesis Doctoral, los comentarios escritos en varias lenguas, tanto locales como globales, (véase sección 5.2.2.4) serían los más

representativos de un entorno virtual translingual, como indicaba Li (2011). Resultados de estudios anteriores sobre el CC y su función, como Androutsopoulos (2013) y Lee (2016), coinciden con los de esta Tesis Doctoral en que el CC marca la alineación con el grupo, aunque el “we code” del que hablaba Gumperz (1977) no se corresponde con la inclusión de una única lengua en los grupos que conforman el corpus, como muestran los resultados.

La inclusión de léxico en lenguas autóctonas, no escritas hasta ahora, sirve para reforzar la identidad local del club o jugador. Además, se utilizan con frecuencia las siguientes funciones en comentarios de este país: buenos deseos y énfasis mientras que la fórmula que no se utiliza a menudo es el insulto. En Camerún, los hinchas expresan sus buenos deseos afectuosamente en inglés, francés y lenguas autóctonas mediante términos globales como: *God bless you* o *blessings*, Dios te bendiga, y locales como *Incha'Allah*, si Dios quiere, en fulfuldé o árabe romanizado. En esta línea, Chilwa (2010a) muestra cómo se utilizan profusamente términos que conllevan sentimientos religiosos en saludos y despedidas en Nigeria, y Anchimbe (2013) dice lo propio de Camerún. En comentarios de Camerún, muchos participantes usan varias palabras religiosas al final del texto como una forma de despedida en línea. Este fenómeno sirve no solo para llamar la atención del interlocutor, sino para mostrar compasión, motivar al equipo y animar espiritualmente al equipo o jugador. El cambio de código para referirse a términos relacionados con la familia como papá, hermano mayor y profesiones de prestigio como presidente, jefe de la tribu o maestro sigue la línea de lo señalado por Anchimbe (2013): los apelativos de respeto, en su caso extraídos de un corpus de obras teatrales camerunesas, cohesionan al grupo y remarcan su pertenencia al grupo, etnia o comunidad. En general, los buenos deseos son importantes en comentarios de aficionados de esta comunidad futbolística camerunesa, señalan respeto, cortesía hacia el grupo y animan a toda la comunidad a alcanzar la victoria deseada.

En el país africano, muchos simpatizantes de diferentes equipos se identifican local o étnicamente, especialmente en el caso de los dos equipos más prestigiosos como el Coton Sport de Garoua y el Union Sportive de Douala, que incluyen un conjunto más amplio de seguidores de varias etnias (Vidacs, 1999). Según Vidacs, el componente étnico no ha desaparecido en el fútbol camerunés y, de hecho, en los niveles más bajos de la competición y especialmente fuera del sistema oficial de campeonatos nacionales, la etnicidad es fundamental para el fútbol. En este país, aunque el club tenga un eslogan propio del equipo, los simpatizantes emplean léxico diferente para animar a su equipo, es el caso del Coton Sport, situado en la región de Garoua, donde los hinchas incluyen a veces palabras en lenguas de otra región como *Obosso*, hablada en otra provincia,

Douala. Otro caso observado es el del eslogan del Union Sportive de Douala, un club ubicado en la costa del país, que se reconoce por su eslogan en fulfuldé, *Nassara Gamakai*, lengua propia de otra zona del país, de una provincia del norte. Otro detalle importante ha sido el uso de eslóganes de clubes europeos para animar a equipos locales, lo que marca las aspiraciones de éxito internacional de seguidores de equipos cameruneses.

En lo referente a los clubes españoles, los datos y los ejemplos mostrados señalan que los comentarios son mayoritariamente en español. El cambio de código es frecuente al español, cuando la lengua base está en inglés u otra lengua, y al inglés y catalán, en el caso del Valencia normalmente. Las funciones del CC son las de expresar saludos, despedidas buenos deseos, énfasis y afecto. Los simpatizantes de estos clubes alaban a su equipo a través de estas funciones que varían según el club de fútbol. Se cambia al español, inglés y catalán para alabar, enfatizar, lo que a su vez sirve para fortalecer la cohesión grupal, la alineación con el equipo y aficionados. El “we code” o lengua íntima o familiar suele ser el español o catalán, mientras que el inglés globaliza o da un carácter más internacional al texto compartido en Facebook. Así, las lenguas nacionales y regionales, español y catalán, representan un sentido de pertenencia común o colectiva (Llopis-Goig, 2015).

4.4. Análisis de la frecuencia y porcentajes de los resultados con WordSmith

El análisis manual del corpus se completó con un estudio informático del corpus mediante WordSmith para corroborar los datos manuales que se acaban de mostrar. Se recogieron las palabras más frecuentes entre las 100 primeras que proporciona la herramienta WordList.

Los eslóganes propios de cada club, así como los nombres de los equipos se descartaron de este estudio, aunque pueden ser de interés en un futuro, ya que hablar de fútbol sin eslóganes es, como dice Galeano (1995: 13), “... bailar sin música”.

Comparamos en primer lugar la frecuencia y porcentajes de las palabras extraídas de WordList en cada club y analizamos los resultados de estas palabras. Los porcentajes en las siguientes tablas se calcularon siguiendo la fórmula diseñada anteriormente en la sección 4.1.3.

4.4.1. Frecuencia y porcentaje de los términos empleados en comentarios de Camerún

Las tablas a continuación muestran los términos frecuentes y su porcentaje extraídos del corpus de Camerún. Los resultados electrónicos demuestran que la lengua más utilizada es el francés. El uso del francés e inglés en el país africano se asocia con los niveles de educación altos, el poder y el valor internacional (Bilola y Echu, 2008; Anchimbe, 2014). Los términos más frecuentes en lenguas autóctonas también se recogen en estas tablas, lenguas que hasta ahora no se escribían y que sirven para reforzar la identidad local de aficionados, clubes o jugadores. Este léxico representa las palabras de apoyo al equipo que los hinchas utilizan habitualmente en varias lenguas indígenas para marcar su identidad local. En este caso hemos elaborado 3 tablas porque los resultados del corpus de Samuel Eto'o tienen cierto cariz diferente: son representativos de la admiración hacia el jugador más emblemático del país; las palabras más frecuentes en esos comentarios son calificativos que subrayan la admiración hacia Eto'o: grand, papa, big, etc.

Tabla 16: Términos más frecuentes en comentarios del Coton Sport

Términos	%
Allez	0.92
Congratulations	0.37
Courage	0.74
Enjoy	0.37
Obosso (adelante)	0.37

Tabla 17: Elementos más frecuentes en comentarios de Samuel Eto'o

Términos	%
Big	0.40
Bless	0.56
Frère	0.37
Grand	0.65
Merci	0.43
Papa	0.43
Respect	0.31

Tabla 18: Términos más frecuentes en comentarios del Union Sportive

Términos	%
Bonne	0.60
Courage	1.94
Chance	0.89
God	1.49
Grand	0.45
Merci	0.60
Nassara	1.49

4.4.2. Frecuencia y porcentaje de los términos utilizados en clubes de fútbol España

Los diferentes elementos encontrados en comentarios de Camerún se comparan con los términos más frecuentes que se muestran en clubes de España. Lo más destacado de este análisis informático es la presencia de palabras positivas de afecto. Además, vemos también que entre las primeras palabras de cada club hay al menos una palabra en inglés, lo que indica que esta lengua forma parte activa del intercambio comunicativo en los clubes españoles. En cuanto al catalán, solo aparece 1 palabra de las 6 primeras en el Valencia, “gran”.

Tabla 19: Términos frecuentes en comentarios del Barça

Términos	%
Best	0.54
Fútbol	0.22
Gracias	0.43
Jugar	0.27
Mejor	0.22
Siempre	0.38

Tabla 20: Términos frecuentes en comentarios del Real Madrid

Términos	%
Best	1.09
Equipo	0.31
Felicidades	0.24
Jugador	0.34
Love	0.41
Siempre	0.41

Tabla 21: Términos frecuentes en comentarios del Valencia

Términos	%
Best	0.20
Equipo	0.79
Gran	0.30
Jugadores	0.40
Mejor	0.50

4.4.3. Análisis de los resultados con WordSmith

En esta sección se comentan los datos del estudio anterior de los parámetros. Se explica cada parámetro haciendo referencia a los autores que lo analizaron y se aclaran los términos examinados. Se destaca el análisis de frecuencia de los términos empleados en los comentarios y se comparan los datos que aporta este estudio.

4.4.3.1. Términos más frecuentes en comentarios de los dos países

Los términos recogidos en las tablas de Camerún (16, 17, 18) denotan el uso frecuente de alabanzas y apelativos de cortesía en el entorno familiar, que ya señalaba Anchimbe (2013); van dirigidos sobre todo hacia Samuel Eto'o y muestran solidaridad hacia él y honor; Eto'o es el *grand, papa, big*, una persona de honor. El hecho de que algunas palabras en lenguas indígenas aparezcan en los primeros puestos de la tabla indica un cambio importante en lo que al uso público de estas lenguas se refiere. Léxico en lenguas locales como *Obosso* en la tabla 16 o *Nassara* en el Union Sportive, tabla 18, dan fe de lo señalado en las secciones anteriores: que las lenguas locales empiezan a tener cierta relevancia en las prácticas comunicativas diarias en Camerún, pero esta vez, en las prácticas escritas. Por último, señalar también la abundancia de términos de

carácter religioso, como demuestra que *bless* o *God* se sitúen en los primeros puestos del ranquin.

En clubes españoles (véanse tablas 19, 20, 21), el análisis computerizado demuestra que normalmente los aficionados quieren expresar su admiración hacia clubes y jugadores en sus intervenciones. El léxico que ocupa los primeros puestos es claramente positivo, lo que es clave en el mundo del fútbol según Sicoli (2015). Además, es de destacar que en todos los casos hay al menos una de estas palabras positivas en inglés. En el único caso que encontramos lenguas locales es en el Valencia, como se ha apuntado anteriormente.

Capítulo 5

Conclusiones y aportaciones

5.1. Contribución de la Tesis

Esta investigación ha cumplido los objetivos marcados de análisis de un corpus de comentarios de comunidades deportivas multilingües camerunesas y españolas en Facebook y ha mostrado que los simpatizantes del equipo eligen diferentes lenguas y recurren al cambio de código para alinearse con el grupo. Las preguntas de investigación planteadas acerca de las razones y estrategias de elección de lenguas, lenguas más habituales y funciones que conlleva el uso de varias lenguas en un mismo intercambio comunicativo han sido debidamente argumentadas.

El estudio muestra que cada comunidad elige su lengua y crea sus propias normas en cuanto a la lengua de interacción. Como se demuestra en el capítulo 5, en

cada comunidad en línea, la elección y el cambio de código son vitales en la creación de un estilo propio y la alineación de los participantes dentro del grupo.

El análisis del corpus trasluce el rechazo general entre los cameruneses de adoptar una de las lenguas indígenas como lengua franca del país, impidiendo así el desarrollo de estas lenguas locales y reduciendo el multilingüismo en línea, lo que sigue favoreciendo el uso de las lenguas oficiales en entornos públicos, especialmente el francés. Sin embargo, apreciamos ciertos indicios de cambio: nuestra investigación ha constatado que la alineación con el grupo de aficionados al fútbol de este país se está empezando a realizar mediante la incorporación de elementos léxicos de las lenguas no oficiales del país (en el 15% de los comentarios se incluye al menos una palabra en estas lenguas). El cambio a las lenguas indígenas (*obosso* en douala, *Incha 'Allah* en fulfuldé, etc.) y creoles como el pidgin inglés y camfranglais, en muchos casos, marca las alabanzas hacia el club e indica que tanto los clubes como un jugador concreto pertenecen a la comunidad local, en un claro ejemplo de localización (Lee, 2016). Queremos destacar que este uso incipiente de lenguas indígenas o creoles puede constituir una novedad en el panorama lingüístico de Camerún sobre la actitud hacia el uso de lenguas locales en las prácticas escritas, que parecen estar cambiando en este momento, al menos en la comunicación en Facebook de jóvenes con educación media o superior, los que normalmente interactúan en redes sociales según Penard et al. (2015). Las lenguas nativas de Camerún se escriben ahora en entornos públicos por primera vez, aunque su uso aún se limita a la inclusión de solo algunos elementos léxicos en el texto; únicamente se ha encontrado una oración completa escrita en lengua indígena. Los resultados revelan que todavía es pronto para una utilización masiva de las lenguas indígenas camerunesas como el bassa o el douala y el fulfuldé en Facebook, aunque se trate de lenguas que se consideran lenguas francas en todo el país.

Nuestro estudio atribuye como causas de la escasa presencia de lenguas nativas en los comentarios de fútbol de Facebook en Camerún al carácter formal de la educación en África que tradicionalmente ha prohibido el uso de las lenguas indígenas en el aula, permitiendo exclusivamente las lenguas de las ex metrópolis europeas en todos los niveles de educación (Wolff, 2018). Aquí, el cambio de código a dialectos locales (véase sección 5.2.2.3), generalmente considerado como una “mezcla sucia” (Tagliamonte y Denis, 2008) de lenguas, sirve para establecer la identidad local y nacional. Esperemos que, pronto, las páginas oficiales de fútbol en Facebook de este país sean lugares interculturales y de cambio lingüístico en vez de sitios donde se usa solo una lengua, al igual que clamaba Lee (2017) en sus análisis sobre Hong Kong y el cantonés.

Esta incipiente aparición pública de lenguas locales cameruneses a nivel escrito contrasta con el uso del francés como lengua principal de las comunidades en línea estudiadas: casi todos los textos de los comentarios de los hinchas están en francés, el 78% de todo el corpus, tan solo el 14% de las palabras analizadas están en inglés y el 7% en lenguas camerunesas (véanse tabla 6, figura 12). De hecho, se observa que un país multilingüe parece monolingüe en línea. El 44% de los aficionados se identifica exclusivamente con los dos idiomas oficiales del país, francés e inglés, los únicos que se enseñan en entornos docentes. La identificación con las lenguas oficiales posiblemente tiene la misión de reforzar la identidad nacional del país en épocas donde la cohesión grupal y nacional está en crisis como en el momento de redacción de esta Tesis Doctoral por las revueltas del movimiento separatista en las provincias anglófonas. Todo ello corrobora la afirmación de Biloa y Echu (2008) de que el francés y el inglés son las lenguas encargadas de representar a los dos grupos nacionales, la comunidad francófona y la anglófona. La identidad nacional se establece en este país frecuentemente mediante el cambio de código al inglés. Los autores de comentarios cuya lengua predominante es el francés incorporan alguna palabra en inglés para identificarse con el club o jugador (véase sección 5.2.2.1). Las funciones que desempeña, en general, este cambio al inglés en las páginas de Facebook de Camerún son no solo las de enfatizar buenos deseos y agradecimientos, sino también las de hacer extensibles estas buenas palabras a toda la comunidad internacional de seguidores de clubes o de algún jugador en particular. De esta forma el comentario adquiere un claro carácter globalizador.

En cuanto a las páginas de Facebook de clubes españoles, la lengua dominante es el español, pero también son representativos los comentarios escritos en otras lenguas. Los simpatizantes del FC Barcelona utilizan el español en un 61%, es decir, el 61% del total de las palabras del corpus están en esta lengua, pero también encontramos que el 28% del corpus está en inglés (véanse tabla 7, figura 13). En el Madrid, los simpatizantes utilizan mayoritariamente el español: el 85% de los textos de los comentarios, tan solo el 14% escribe en inglés (véase tabla 8, figura 14). En el Valencia CF, el 74% del corpus está escrito en español mientras que el 20% en catalán (consulte tabla 9, figura 15). Los casos de cambio de código ocurren esencialmente con fines de glocalización, es decir, de alineación con la comunidad local y global de aficionados. La mayoría de los simpatizantes de los 3 clubes de fútbol analizados realizan el cambio de código al inglés, sobre todo el FC Barcelona y el Real Madrid CF. Pero es de interés resaltar que en el caso del Valencia CF el cambio al inglés se da en menor medida, prevaleciendo el cambio al catalán, hecho que atribuimos a que este equipo cuenta con menos aficionados extranjeros. Ello contrasta, por ejemplo, con el caso del FC Barcelona, donde el catalán

rara vez se encuentra en los comentarios del corpus, a excepción de los eslóganes y arengas cuyo uso frecuente en catalán contribuye a reforzar la cohesión del grupo. Este hecho vincula a la comunidad global, compuesta por más de 100 millones de aficionados, con el territorio donde se asienta el club. Así, la identidad del FC Barcelona se reafirma como catalana y global, respondiendo a los deseos de la dirección de la entidad deportiva, según Crolley (2008).

Por último, comparando los dos grandes grupos del corpus, esta Tesis Doctoral ha constatado que las interacciones de las comunidades multilingües camerunesas son más variadas y proporcionan ejemplos más ricos de fenómenos de mezcla de lenguas que los comentarios de los grupos multinacionales y multilingües reunidos recientemente en las redes sociales de los clubes españoles. Esto es así probablemente porque la mezcla de lenguas y la creatividad léxica son habituales en las prácticas comunicativas diarias de Camerún a nivel oral (Farenkia, 2012). Además, nuestro estudio ha comprobado, como novedad, que también este cambio de código empieza a estar presente en intercambios escritos en redes sociales en Camerún.

Para concluir, nos gustaría referirnos a Bell (1984) quien explicó que, en la comunicación de masas, los comunicadores de radio crean un estilo de lengua determinado, por ejemplo, coloquial o formal, que sirve de instrumento de identificación con el grupo. En estas comunidades en línea en Facebook, los autores y la audiencia ya no son entidades diferentes, dado que todo el grupo participa del intercambio comunicativo y la distinción entre autor/receptor ya no existe, la audiencia ya no es una entidad pasiva, es la creadora del estilo de su comunidad. Los aficionados al fútbol participan activamente en la construcción de la identidad colectiva (Yus, 2018) a través de la elección de lengua y del cambio de código. También hemos comprobado que, en ocasiones, la elección de una lengua determinada es, a su vez, una estrategia de distanciamiento para mostrar que los interlocutores no están de acuerdo con ciertos aspectos como la lengua elegida por los clubes para interactuar con los hinchas o la forma en que se comunica un jugador con su afición.

Internet constituye un entorno comunicativo cada vez más multilingüe. Los ejemplos recogidos para esta Tesis indican que, gracias a la traducción que ofrece esta plataforma, muchos hinchas se animan a usar lenguas diferentes del español e inglés. El incipiente multilingüismo observado es indicativo de la tendencia que seguramente se afianzará en los próximos años: interacciones en lenguas no mayoritarias aumentarán en un futuro cercano en redes sociales, como señala Lee (2016). En el caso de África, sin

embargo, esta evolución está siendo un poco más lenta porque muchas de las lenguas indígenas todavía no están disponibles en las prestaciones de traducción que Facebook brinda.

No hay duda de que la comunicación en línea favorece la mezcla de lenguas, estilos y géneros (Montero-Fleta et al., 2010). El multilingüismo es solo una faceta del carácter heteroglósico del medio. El cambio de código, junto con otros recursos semióticos, es un recurso discursivo que los autores utilizan para crear significado (Leppänen y Peuronen, 2012) y, en nuestro caso, para construir una determinada identidad grupal en espacios virtuales translinguales (Li, 2011).

5.2. Limitaciones y futuras líneas de investigación

En relación a las limitaciones del estudio queremos destacar de nuevo que las restricciones de acceso a Internet en Camerún han condicionado la elección del corpus para este estudio. Internet no participa activamente, por ejemplo, de la vida universitaria camerunesa todavía: ni el correo electrónico ni las webs universitarias se actualizan ni sirven de herramientas para facilitar las tareas burocráticas. La red es lenta y cara, por lo que la mayoría de la población no dispone de conexión.

A pesar de esta limitación de acceso a Internet, centrar la investigación en el fútbol, el pasatiempo favorito de la población local, ha permitido la recopilación de un corpus suficiente de análisis y explicar cómo son realmente las prácticas discursivas en el país actualmente.

Así pues, en lo que respecta a futuras líneas de investigación, los objetivos perseguidos en esta Tesis Doctoral y los resultados obtenidos han suscitado temas interesantes de investigación futura, como, por ejemplo, los siguientes:

- 1- El presente trabajo ha destacado el cambio de código en intercambios escritos en línea con el fin de remarcar identidades locales y globales. Es evidente que se necesitan más estudios en relación a las prácticas digitales y las estrategias comunicativas translinguales globales escritas. Una comparación entre Camerún y España, pero esta vez eligiendo clubes españoles de menor atractivo internacional y también de zonas bilingües como los clubes gallegos, vascos o de segunda división catalanes, podría mostrar patrones de cambio de código y mezcla de lenguas diferentes de los obtenidos en esta Tesis. Para ello,

investigadores capaces de entender gallego y vasco deberían formar parte del equipo investigador.

- 2- Esta Tesis podría continuar con el análisis de un corpus de mayores dimensiones que requeriría la participación conjunta de varios investigadores en un gran estudio estadístico que podría incluir imágenes y fuentes de video, con el fin de abordar un análisis multimodal siguiendo a Lee y Barton (2011).
- 3- Otra línea de investigación futura podría centrarse en un examen detallado del carácter divino atribuido a estrellas de fútbol como Eto'o, Messi o Ronaldo. Este estudio podría arrojar resultados importantes desde la perspectiva de las prácticas escritas africanas y las de otros continentes.
- 4- Puesto que Facebook no es el único sitio de redes sociales actualmente en uso entre los cameruneses, aunque sí el más popular, también se podría abordar una investigación comparativa basada en prácticas lingüísticas en Youtube, Whatsapp o Twitter en relación a temas como, por ejemplo, música, salud o incluso política.
- 5- Un estudio centrado en las lenguas étnicas aportaría algunas ideas importantes sobre la relación entre las características de la lengua utilizada en el habla y en la interacción escrita. De hecho, este trabajo facilitaría la tarea de los investigadores que analizan las lenguas y su funcionamiento en línea en entornos multilingües, dado el carácter conversacional de los escritos por Internet (Baron, 2000; Montero-Fleta et al., 2009).

Referencias bibliográficas

- Adetunji, A. (2016). Stand-up comedy and addressivity: The example of Joan Rivers. En R. Taiwo, A. Odebunmi y A. Adetunji, (Eds.), *Analyzing language and humor in online communication* (págs. 207-227). Estados Unidos: Information Science Reference (an imprint of IGI Global).
- Alvarado Ortega, M. (2007). Las fórmulas rutinarias como unidades fraseológicas. *ELUA*, 21, 1-13.
- Anchimbe, E. (2006). The native-speaker fever in English language teaching (ELT): Putting pedagogical competence against historical origin. *Linguistik Online*, 26(1), 3-14.
- Anchimbe, E. (2012). Lexical strategies in verbal linguistic victimisation in Cameroon: The power of words to stereotype, insult and victimise in a multi-ethnic country. *English Today*, 28(2), 39-46.
- Anchimbe, E. (2013). *Language policy and identity construction: The dynamics of Cameroon's multilingualism*. Amsterdam y Filadelfia: John Benjamins Publishing, 32.

- Anchimbe, E. (2016). Digital narratives of belonging as Anglophone or Francophone in a Cameroon online news forum. *Open Linguistics*, 2(1), 511-527.
- Anchimbe, E. (2018). Cameroon Pidgin as index of speakers' social statuses and roles: Evidence from literary texts. En J. Knörr y W. Trajano Filho (Eds.), *Creolization and pidginization in contexts of postcolonial diversity* (págs. 360-418). Leiden y Boston: BRILL.
- Androutsopoulos, J. (2006). Introduction: sociolinguistics and Computer-mediated Communication. *Journal of Sociolinguistics*, 10(4), 419-438.
- Androutsopoulos, J. (2011). From variation to heteroglossia in the study of Computer-mediated Discourse. En C. Thurlow, y K. Mroczek (Eds.), *Digital discourse: Language in the new media* (págs. 277-298). Nueva York: Oxford University Press.
- Androutsopoulos, J. (2013). Code-switching in Computer-mediated Communication. En S. Herring, D. Stein y T. Virtanen (Eds.), *Handbook of the pragmatics of Computer-mediated Communication* (págs. 667-694). Berlín y Nueva York: Mouton de Gruyter.
- Androutsopoulos, J. (2015). Networked multilingualism: Some language practices on Facebook and their implications. *International Journal of Bilingualism*, 19(2), 185-205.
- Armstrong, G., y Giulianotti, R. (2001). Fear and loathing in world football. En G. Armstrong y R. Giulianotti (Eds.), *Fear and loathing in world football* (págs. 1-9). Oxford y Nueva York: Bloomsbury.
- Auer, P. (1999). From codeswitching via language mixing to fused lects: Toward a dynamic typology of bilingual speech. *International Journal of Bilingualism*, 3(4), 309-332.
- Baron, N. (1998). Letters by phone or speech by other means: the linguistics of email. *Language & Communication*, 18, 133-170.
- Baron, N. (2000). *Alphabet to email: How written English evolved and where it's heading*. Londres y Nueva York: Routledge.
- Baron, N. (2003). Language of the Internet. *The Stanford Handbook for Language Engineers*, 59-127.

- Baron, N. (2010). *Always on: Language in an Online and Mobile World*. Oxford y Nueva York: Oxford University Press.
- Baron, N., y Ling, R. (2011). Necessary smileys and useless periods. *Visible Language*, 45(1/2), 45-67.
- Baugh, A., y Cable, T. (1993). *A history of the English language*. Londres: Routledge.
- Bell, A. (1984). Language style as audience design. *Language in society*, 13(2), 145-204.
- Benjamin, J. (2002). Language and the struggle for racial equality in the development of a non-racial Southern African nation. En R. Fardon y G. Furniss, (Eds.), *African languages, development and the state* (págs. 97-110). Londres y Nueva York: Routledge.
- Biloa, E., y Echu, G. (2008). Cameroon official bilingualism in a multilingual state. En A. Simpson (Ed.), *Language and national identity in Africa* (págs. 199-213). Oxford y Nueva York: Oxford University Press.
- Blas Arroyo, J. (2005). *Sociolingüística del español*. Madrid: Cátedra.
- Blom, J.-P., y J. Gumperz, J. (2000). Social meaning in linguistic structure: codeswitching in Norway. En L. Wei (Ed.), *The bilingualism reader* (págs. 102-126). Londres y Nueva York: Routledge.
- Bobda, A., y Fasse Mbouya, I. (2005). Revisiting some linguistic concepts and beliefs in the light of the sociolinguistic situation of Cameroon. *Proceedings of the 4th International Symposium on Bilingualism*, 2122-2132.
- Bokamba, E. (2009). The spread of Lingala as a Lingua Franca in Congo Basin. En F. McLaughlin, (Eds.), *The languages of urban Africa* (págs. 50-70). Londres y Nueva York: Continuum International Publishing Group.
- Bokamba, E. (2015). African Englishes and creative writing. *World Englishes*, 34(3), 315-335.
- Bolander, B., y Locher, M. (2010). Constructing identity on Facebook: Report on a pilot study. En J. Karen y D. Maillat (Eds.), *Performing the self* (págs. 165-185). Suiza: SPELL (Swiss papers in English language and literature).
- Bouvier, G. (2012). How Facebook users select identity categories for self-presentation. *Journal of Multicultural Discourses*, 7(1), 37-57.

- boyd, D., y Ellison, N. (2007). Social network sites: Definition, history, and scholarship. *Journal of computer-mediated Communication*, 13(1), 210-230.
- Briz, A. (2012). La (no) atenuación y la (des)cortesía, lo lingüístico y lo social: ¿son pareja? En J. Escamilla Morales y G. Vega (Eds.), *Miradas multidisciplinares a los fenómenos de cortesía y descortesía en el mundo hispánico* (págs. 33-75). Barranquilla y Estocolmo: Universidad del Atlántico, CADIS, Programa EDICE, Universidad de Estocolmo.
- Briz, A. (2014). Hablar electrónicamente por escrito. *CHIMERA: Romance Corpora and Linguistic Studies*, 1, 77-89.
- Briz, A., y Albelda, M. (2013). Una propuesta teórica y metodológica para el análisis de la atenuación lingüística en español y portugués: La base de un proyecto en común (ES. POR. ATENUACIÓN). *Onomázein: Revista semestral de lingüística, filología y traducción*, 28(21), 288-319.
- Brown, P., y Levinson, S. (1987). Politeness: Some universals in language usage. *Studies in Interactional Sociolinguistics*, 4, 311-323.
- Cassany, D. (2000). De lo analógico a lo digital. El futuro de la enseñanza de la composición. *Revista Latinoamericana de Lectura*, 21(4), 1-10.
- Cassany, D. (2005). Plain language in Spain. *Clarity*, 53, 41-44.
- Cenoz, J. (2013). Defining multilingualism. *Annual Review of Applied Linguistics*, 33, 3-18.
- Cervera, Á. (2001). *La irrupción del coloquialismo en Internet y las nuevas tecnologías*. España: Cervantes.es.
- Chen, W., y Wellman, B. (2004). The global digital divide within and between countries. *IT & Society*, 1(7), 39-45.
- Chiluwa, I. (2008). Religious vehicle stickers in Nigeria: A discourse of identity, faith and social vision. *Discourse & Communication*, 2(4), 371-387.
- Chiluwa, I. (2010a). Nigerian English in informal email messages. *English World-Wide*, 31(1), 40-61.
- Chiluwa, I. (2010b). Discursive practice and the Nigerian identity in personal emails. En R. Taiwo (Ed.), *Handbook of research on discourse behaviour and digital*

- communication: Language structure and digital interaction* (págs. 112-129). Hershey y Nueva York: Information Science Reference.
- Chiluwa, I. (2012). Social media networks and the discourse of resistance: A sociolinguistic CDA of Biafra online discourses. *Discourse & Society*, 23(3), 217-244.
- Chovanec, J. (2009). Simulation of spoken interaction in written online media texts. *Brno Studies in English*, 35(2), 109-128.
- Chovanec, J., y Dynel, M. (2015). Researching interactional forms and participant structures in public and social media. En M. Dynel, y J. Chovanec, (Eds.), *Participation in public and social media interactions* (págs. 1-23). Amsterdam y Filadelfia: John Benjamins Publishing.
- Clark, T. (2006). 'I'm Scunthorpe 'til I die': Constructing and (re)negotiating identity through the terrace chant. *Soccer & Society*, 7(4), 494-507.
- Clyne, M. (1998). Multilingualism. En F. Coulmas (Ed.), *The handbook of sociolinguistics* (págs. 301-314). Oxford: Blackwell.
- Cohen, A. (1982). Belonging: the experience of culture. En A. P. Cohen (Ed.), *Belonging: identity and social organisation in British rural cultures* (1) (págs. 1-18). Manchester (Reino Unido): Manchester University Press.
- Crolley, L. (2008). Using the Internet to strengthen its identity: The case of Spanish football. *Sport in Society*, 11(6), 722-738.
- Crystal, D. (2003). *English as a global language*. Nueva York: Cambridge University Press.
- Crystal, D. (2004). *Language and the Internet*. Segunda edición. Reino Unido: Cambridge University Press.
- Dąbrowska, M. (2013). Functions of code-switching in Polish and Hindi Facebook users' posts. *Studia Linguistica Universitatis Iagellonicae Cracoviensis*, 130, 63-84.
- Daft, R., y Lengel, R. (1984). Information richness: A new approach to managerial information processing. *Research in organizational behavior*, 6, 191-233.

- De Fina, A. (2006). Group identity, narrative and self-representations. En A. De Fina, D. Schiffrin y M. Bamberg, (Eds.), *Discourse and identity* (págs. 351-375). Nueva York: Cambridge University Press.
- Deumert, A., y Masinyana, S. (2008). Mobile language choices—The use of English and isiXhosa in text messages (SMS): Evidence from a bilingual South African sample. *English World-Wide*, 29(2), 117-147.
- Deumert, A., y Vold Lexander, K. (2013). Texting Africa: Writing as performance. *Journal of Sociolinguistics*, 17(4), 522–546.
- Doppelbauer, M. (2008). La Constitución y las lenguas españolas. En M. Doppelbauer, y P. Cichon (Eds.), *La España multilingüe: Lenguas y políticas lingüísticas de España* (págs. 21-30). Viena: Praesens Verlag.
- Duke, V., y Crolley, L. (1997). *Football, nationality and the state*. Londres y Nueva York: Routledge.
- Durham, M. (2007). *White rage: The extreme right and American politics*. Londres y Nueva York: Routledge.
- Echu, G. (2003). Influence of Cameroon Pidgin English on the linguistic and cultural development of the French language. *IULC (Indiana University Linguistics Club) Working Papers*, 1-20.
- Echu, G. (2004). The language question in Cameroon. *Linguistik Online*, 18(1), 19-33.
- Ekanjume-Ilongo, B. (2016). An overview of the Pidgin English in Cameroon. *International Journal of Humanities Social Sciences and Education (IJHSSE)*, 3(2), 154-150.
- Ellison, N., Steinfield, C., y Lampe, C. (2007). The benefits of Facebook “friends:” Social capital and college students’ use of online social network sites. *Journal of Computer-mediated Communication*, 12(4), 1143-1168.
- Etim, F. (2006). Resource sharing in the digital age: Prospects and problems in African universities. *Library Philosophy and Practice*, 9(1), 1-7.
- Farenkia, B. (2012). Compliment strategies and regional variation in French. *Pragmatics. International Pragmatics Association*, 22(3), 447-476.
- Farina, F., y Lyddy, F. (2011). The language of text messaging: “Linguistic ruin” or resource? *Irish Psychologist*, 37(6), 145-149.

- Féral, C. de (1989). *Pidgin-english du Cameroun: Description linguistique et sociolinguistique*. Paris: Peeters/Selaf.
- Féral, C. de (2004). Français et langues en contact chez les jeunes en milieu urbain: vers de nouvelles identités. *Penser la Francophonie: Concepts, actions et outils linguistiques*, 583-597.
- Féral, C. de (2012). "Parlers Jeunes": une utile invention? *Langage et société*, 3(141), 21-46.
- Ferrara, K., Brunner, H., y Whittemore, G. (1991). Interactive written discourse as an emergent register. *Written Communication*, 8(1), 8-34.
- Ferro, M. (1997). *Colonization: A global history*. Londres y Nueva York: Routledge.
- Feussi, V. (2006). *Une construction du français à Douala-Cameroun* (Thèse de Linguistique). Université François Rabelais: Tours.
- Feussi, V. (2007). A travers textos, courriels et tchats: Des pratiques de français au Cameroun. *Glottopol*, 10, 70-85.
- Franceschini, R. (2009). The genesis and development of research in multilingualism: Perspectives for future research. En L. Aronin y B. Hufeisen, (Eds.), *The Exploration of Multilingualism: Development of research on L3, multilingualism and multiple language acquisition* (págs. 27-62). Amsterdam y Filadelfia: John Benjamins Publishing Company.
- Galeano, E. (1995). *El Fútbol a Sol y Sombra y otros Escritos*. España: P/L@.
- Georgakopoulou, A. (1997). Self-presentation and interactional alliances in e-mail discourse: The style-and code-switches of Greek messages. *International Journal of Applied Linguistics*, 7(2), 141-164.
- Georgalou, M. (2015). 'I make the rules on my Wall': Privacy and identity management practices on Facebook. *Discourse & Communication*, 10(1), 40-64.
- Georgalou, M. (2017). *Discourse and identity on Facebook: How we use language and multimodal texts to present identity online*. Londres y Nueva York: Bloomsbury Publishing.
- Giulianotti, R. (2002). Supporters, followers, fans, and flaneurs: A taxonomy of spectator identities in football. *Journal of sport and social issues*, 26(1), 25-46.

- Giulianotti, R., y Finn, G. (2005). Epilogue: old visions, old issues: New horizons, new openings? Change, continuity and other contradictions in world football. En G. Finn y R. Giulianotti (Eds.), *Football culture: Local contexts, global visions* (págs. 256-282). Londres y Portland, OR: Frank Cass.
- Goffman, E. (1959). The presentation of self in everyday life. En E. Goffman (Ed.), *The presentation of self in everyday life* (págs. 17-25). Nueva York: Doubleday.
- González-Ramallal, M. (2008). La identidad contada: la información deportiva en torno a la selección española de fútbol. *Universitas Humanística*, 66, 220-238.
- González-Ramallal, M. (2014). Prensa deportiva e identidad nacional: España en el Mundial de fútbol de Sudáfrica 2010. *Política y Sociedad*, 51(2), 337-366.
- Gumperz, J. (1977). The sociolinguistic significance of conversational code-switching. *RELC journal*, 8(2), 1-34.
- Gumperz, J. (1982). *Discourse strategies, I*. Nueva York: Cambridge University Press.
- Halim, N., y Maros, M. (2014). The functions of code-switching in Facebook interactions. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 118, 126-133.
- Hernández Alonso, N. (2003). *El lenguaje de las crónicas deportivas*. Madrid: Cátedra.
- Herring, S. C. (1996). *Computer-mediated Communication*. Amsterdam y Filadelfia: John Benjamins Publishing Company.
- Herring, S. (2007). A faceted classification scheme for Computer-mediated Discourse. *Language and Internet*, 4(1), 1-37.
- Herring, S. (2011). Computer-mediated conversation part Iii: Introduction and overview. *Language@ internet*, 8(2), 1-12.
- Herring, S. (2013). Discourse in Web 2.0: Familiar, reconfigured, and emergent. En D. Tannen y A. Trester, (Eds.), *Discourse 2.0: Language and new media* (págs. 1-26). Washington: Georgetown University Press.
- Hill, J. (1993). Hasta la vista, baby: Anglo Spanish in the American Southwest. *Critique of Anthropology*, 13(2), 145-176.
- Hinrichs, L. (2006). *Codeswitching on the Web: English and Jamaican creole in e-mail communication*. Amsterdam y Filadelfia: John Benjamins Publishing Company.

- Hinrichs, L. (2016). Modular repertoires in English-using social networks: A study of language choice in the networks of adult Facebook users. En L. Squires, (Ed.), *English in Computer-mediated Communication* (págs. 17-42). Berlin y Boston: De Gruyter Mouton.
- Hobsbawm, E. (1990). *Nations and nationalism since 1780: Programme, myth, reality*. Reino Unido: Cambridge University Press.
- House, J. (2003). English as a Lingua Franca: A threat to multilingualism? *Journal of sociolinguistics*, 7(4), 556-578.
- IFACAM II: Inventaire des particularités lexicales du français en Afrique-Cameroun. <http://www.unice.fr/bcl/ofcaf/29/29.html>
- Jaworska, S. (2014). Playful language alternation in an online discussion forum: The example of digital code plays. *Journal of Pragmatics*, 71, 56-68.
- Jenkins, J. (2009). English as a lingua franca: Interpretations and attitudes. *World Englishes*, 28(2), 200-207.
- Jenkins, R. (2008). *Social identity*. Londres y Nueva York: Routledge.
- Joshi, A. (1982). Processing of sentences with intra-sentential code-switching. *Academia Praha*, 145-150.
- Kemp, C. (2009). Defining multilingualism. En L. Aronin y B. Hufeisen (Eds.), *The exploration of multilingualism*, 6 (págs. 11-26). Amsterdam y Filadelfia: John Benjamins Publishing Company.
- Kießling, R. (2005). 'Bak mwa me do'-Camfranglais in Cameroon. *Lingua Posnaniensis* 47, 87-107.
- King, A. (2000). Football fandom and post-national identity in the new Europe. *British Journal of Sociology*, 51(3), 419-442.
- Kouega, J., y Aseh, M. (2017). Pidgin in creative works in English in Cameroon. *Sustainable Multilingualism* 10(1), 98-120.
- Kouega, J.-P. (2003). Word formative processes in Camfranglais. *World Englishes*, 22(4), 511-538.
- Kouega, J.-P. (2009). The slang of Anglophone Cameroonian university adolescents: A glossary. *SYLLABUS REVIEW Human y Social Science Series*, 1, 88-116.

- Koutsogiannis, D., y Mitsikopoulou, B. (2007). Greeklish and Greekness: Trends and discourse of “Glocalness”. En B. Danet y S. C. Herring (Eds.), *The multilingual Internet: Language, culture and communication online* (págs. 142-160). Oxford y Nueva York: Oxford University Press.
- Kulavuz-Onal, D., y Vásquez, C. (2018). “Thanks, shokran, gracias”: Translingual practices in a Facebook group. *Language Learning & Technology*, 22(1), 240-255.
- Kytölä, S. (2013). *Multilingual language use and metapragmatic reflexivity in Finnish Internet football forums: A study in the sociolinguistics of globalization*. Jyväskylä: University of Jyväskylä.
- Kytölä, S. (2014). Negotiating multilingual discourse in a Finland-based online football forum: Metapragmatic reflexivity on intelligibility, expertise and nativeness. En J. Møller y O. L. Madsen, *Globalisering, sprogning og normativitet-online og offline*. Vol. 70. (págs. 1-41). The Copenhagen Studies in Bilingualism: Kööpenhamina: Københavns Universitet.
- Kytölä, S. (2016). Translocality. En A. Georgakopoulou y T. Spilioti, (Eds.), *The Routledge handbook of language and digital communication* (págs. 371-388). Abingdon: Routledge.
- La Constitución española de 1978*. (20 de Febrero de 2019). Obtenido de Índice sistemático de La Constitución española: <http://www.congreso.es/consti/constitucion/indice/index.htm>
- Lam, W. (2004). Second language socialization in a bilingual chat room: Global and local considerations. *Language Learning & Technology*, 8(3), 44-65.
- Lan, L. (2000). Email: a challenge to Standard English? *Cambridge University Press*, 16(4), 23-29.
- Le Page, R., y Tabouret-Keller, A. (1985). *Acts of identity: Creole-based approaches to ethnicity and language*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Lee, C. (2007). Linguistic features of email and ICQ instant messaging in Hong Kong. En B. Danet y S. Herring (Eds.), *The multilingual Internet: Language, culture, and communication online* (págs. 184-208). Nueva York: Oxford University Press.

- Lee, C. (2016). Multilingual resources and practices in digital communication. En A. Georgakopoulou y T. Spilioti (Eds.), *The Routledge handbook of language and communication* (págs. 118-132). Oxford: Routledge.
- Lee, C. (2017). *Multilingualism online*. Londres y Nueva York: Routledge.
- Lee, C., y Barton, D. (2011). Constructing glocal identities through multilingual writing practices on Flickr. com®. *International Multilingual Research Journal*, 5(1), 39-59.
- Lengyelová, A. (2019). Associates or zamestnanci? Language choice, attitudes and code-switching practices: The case of workplace email communication in Slovakia. Tesis Doctoral, disponible en <https://riunet.upv.es/handle/10251/124352>
- Leppänen, S. (2012). Linguistic and discursive heteroglossia on the translocal internet: the case of web writing. En M. Sebba, S. Mahootian y C. Jonsson (Eds.), *Language mixing and code-switching in writing: Approaches to mixed-language written discourse* (págs. 233-254). Londres: Routledge.
- Leppänen, S., y Peuronen, S. (2012). Multilingualism on the Internet. En M. Martin-Jones, A. Blackledge y A. Creese (Eds.), *Handbook of multilingualism* (págs. 384-402). Londres: Routledge.
- Li, W. (2011). Moment Analysis and translanguaging space: Discursive construction of identities by multilingual Chinese youth in Britain. *Journal of Pragmatics*, 43, 1222-1235.
- Lipski, J. (1982). Spanish-English language switching in speech and literature: Theories and models. *Bilingual Review/La Revista Bilingüe*, 9(3), 191-212.
- Llopis-Goig, R. (2008). National orientation, universal outlook – the symbolic capital of FC Barcelona in the global era. *European Journal for Sport and Society*, 5(1), 63-71.
- Llopis-Goig, R. (2015). Spanish football and social change: Sociological investigations. En R. Llopis-Goig, (Eds.), *Spanish football and social change* (págs. 48-63). Valencia, Spain: Palgrave Macmillan.
- Locher, M., y Bolander, B. (2014). Relational work and the display of multilingualism in two Facebook groups. En K. Bedijs, C. Maab y G. Held (Eds.), *Face work and social media* (págs. 157-191). Münster: Lit Verlag.

- López, A. (2007). Preface & Acknowledgments. *The Global South*, 1(1), V-VI.
- López Quero, S. (2013). La conversación escrita en internet: caracterización pragmalingüística. *Sintagma*, 77-92.
- López Quero, S. (2017). Conversación escrita y conversación oral: Análisis comparativo. *Tonos Digital* 32, 1-33.
- Lorenzo-Dus, N., y Bou-Franch, P. (2013). A cross-cultural investigation of email communication in Peninsular Spanish and British English: The role of (in)formality and (in)directness. *Pragmatics and society*, 4(1), 1-25.
- Marcos Marín, F. (1998). La lengua española e Internet. *Semiosfera: Humanidades/tecnologías* (9), 5-14.
- Marcos Marín, F. (2001). La oportunidad del español actual. *Revista de Occidente*, 245, 5-30.
- Mar-Molinero, C. (2000). *The politics of language in the Spanish-speaking world: From colonization to globalization*. Londres y Nueva York: Routledge.
- Maynor, N. (1994). The language of electronic mail: Written speech? *Publication of the American Dialect Society*, 78(1), 48-54.
- Mbah, T. (2010). The impact of ICT on students' study habits. Case study: University of Buea, Cameroon. *Journal of Science and Technology Education Research*, 1(5), 107-110.
- McClure, E. (1977). Aspects of code-switching in the discourse of bilingual Mexican-American children. *Technical Report*, 44, 1-32.
- McLaughlin, F. (2008). Senegal: The emergence of a national Lingua Franca. En A. Simpson (Ed.), *Language and national identity in Africa*, (págs. 79-97). Oxford/Nueva York: Oxford University Press.
- Milroy, L., y Muysken, P. (1995). Introduction: code switching and bilingualism research. En L. Milroy y P. Muysken (Eds.), *One speaker, two languages: Cross-disciplinary perspectives on code-switching* (págs. 1-14). Nueva York: Cambridge University Press.
- Montero-Fleta, B., Montesinos-López, A., Pérez-Sabater, C., y Turney, E. (2009). Computer-mediated Communication and informalization of discourse: The influence of culture and subject matter. *Journal of Pragmatics*, 41(4), 770-779.

- Montero-Fleta, B., Turney, E., Pérez-Sabater, C., y Peña-Martínez, G. (2010). Fronteras borrosas entre géneros en la comunicación electrónica: Un estudio multilingüe. *Revista Española de Lingüística*, 40(2), 47-74.
- Montes-Alcalá, C. (2000). Attitudes towards oral and written codeswitching in Spanish-English bilingual youths. *Research on Spanish in the US*, 218-227.
- Montes-Alcalá, C. (2001). Written codeswitching: Powerful bilingual images. En R. Jacobson (Ed.), *Trends in linguistics: Code switching worldwide II* (págs. 193-219). Berlín y Nueva York: Mouton de Gruyter.
- Montes-Alcalá, Cecilia. (2016). iSwitch: Spanish-English mixing in Computer-mediated Communication. *Journal of language Contact*, 9, 23-48.
- Moreno Fernández, F. (2007). Social remarks on the history of Spanish. *International Journal of the Sociology of Language*, 184, 7--20.
- Mveng, E. (1963). *Histoire du Cameroun*. Paris: Presence Africaine.
- Myers-Scotton, C. (1993). *Social motivations for codeswitching: Evidence from Africa*. Oxford: Clarendon Press.
- Myers-Scotton, C. (1997). *Duelling languages: Grammatical structure in codeswitching*. Oxford y Nueva York: Oxford University Press.
- Negrón Goldberg, R. (2009). Spanish-English codeswitching in email communication. *Language@Internet*, 6(3), 1-21.
- Ngefac, A. (2010). Linguistic choices in postcolonial multilingual Cameroon. *Nordic Journal of African Studies*, 19(3), 149–164.
- Ngefac, A. (2011). Globalising a local language and localising a global language: the case of Kamtok and English in Cameroon: The contest between English and Kamtok in Cameroon. *English Today*, 27(1), 16-21.
- Nkengasong, N. (2016). *A grammar of Cameroonian Pidgin*. Cambridge: Cambridge Scholars Publishing.
- Nkwain, J. (2010). Does language contact necessarily engender conflict? The case of Cameroonian quadrilingualism. *Linguistik Online*, 43(3), 81-98.

- Nkwain, J. (2011). Complimenting and face: A pragma-stylistic analysis of appraisal speech acts in Cameroon Pidgin English. *Acta Linguistica Hafniensia*, 43(1), 60-79.
- Nkwi, W. (2014). Shifting identity and Cameroon's national football squad: Indomitable Lions to Tamed Lambs. En C. Onwumechili y G. Akindes (Eds.), *Identity and nation in African football* (págs. 155-164). Londres: Palgrave Macmillan.
- Norris, P. (2001). *Digital divide: Civic engagement, information poverty, and the Internet worldwide*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Nzessé, L. (2008). Le français en contexte plurilingue, le cas du Cameroun: appropriation, glottopolitique et perspectives didactiques. *Francofonía*, 17, 303-323.
- Olsen, C. (2013). Facebook as a multilingual communication site. *Recuperada en* <https://repositories.lib.utexas.edu/bitstream/handle/2152/22190/OLSEN-THESIS-2013.pdf;sequence=1>, 1-115.
- Onwumechili, C., y Akindes, G. (2014). Africa, fandom, and shifting identities: An introduction to football and identity. En C. Onwumechili y G. Akindes (Eds.), *Identity and nation in African football: Fans, community and clubs* (págs. 1-16). Londres: Palgrave Macmillan.
- O'Reilly, T. (2007). What is Web 2.0: Design patterns and business models for the next generation of software. *Communications and Strategies*, 65, 17-37.
- Orihuela, J. (2008). Internet: la hora de las redes sociales. *Nueva Revista*, 119, 57-62.
- Panckhurst, R. (2007). Discours électronique médié: Quelle évolution depuis une décennie? *HAL archives-ouvertes*, 1, 121-136.
- Panckhurst, R. (2010). Texting in three European languages: Does the linguistic typology differ? *Actes du Colloque i-Mean 2009 issues in meaning in interaction, Universidad del Oeste de Inglaterra* (págs. 119-136). Bristol: Reino Unido.
- Pannenberg, A. (2012). *Big men playing football: Money, politics and foul play in the African game*. Accra, Ghana: African Studies Centre.

- Paolillo, J. (2007). How Much Multilingualism: Language diversity on the Internet. En B. Danet y S. Herring (Eds.), *The multilingual Internet: Language, culture, and communication online* (págs. 408-430). Nueva York: Oxford University Press.
- Paolillo, John C. (2011). "Conversational" codeswitching on Usenet and Internet Relay Chat. *Language@Internet*, 8(3), 1-23.
- Papacharissi, Z. (2002). The presentation of self in virtual life: Characteristics of personal home pages. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 79(3), 643-660.
- Penard, T., Poussing, N., Mukoko, B., y Tamokwe Piaptie, G. (2015). Internet adoption and usage patterns in Africa: Evidence from Cameroon. *Technology in Society*, 71-80.
- Penrose, J., y Mole, R. (2008). Nation-states and national identity. En K. Cox, M. Low y J. Robinson, (Eds.), *The SAGE handbook of political geography* (págs. 27-284). Los Angeles, Londres, Nueva Delhi y Singapore: SAGE Publications.
- Pérez-Sabater, C. (2007). *Los elementos conversacionales en la comunicación escrita via internet en la lengua inglesa*. (Tesis Doctoral, Universidad Jaume I, Valencia). Recuperado de <https://www.tdx.cat/handle/10803/10441#page=1>.
- Pérez-Sabater, C. (2011). Cartas por Internet: Las implicaciones lingüísticas y estilísticas de los mensajes de correo electrónico y los comentarios del sitio de redes sociales Facebook. *RESLA. Revista Española de Lingüística Aplicada*, 24, 111-130.
- Pérez-Sabater, C. (2012). The linguistics of social networking: A study of writing conventions on Facebook. *Linguistik Online*, 56(6), 81-93.
- Pérez-Sabater, C., Peña-Martínez, G., Turney, E., y Montero-Fleta, B. (2008). A spoken genre gets written: Online football commentaries in English, French, and Spanish. *Written Communication*, 25(2), 235-261.
- Pérez-Sabater, C., Turney, E., y Montero Fleta, B. (2008). Orality and literacy, formality and informality in email communication. *Ibérica*, 15, 71-88.
- Pérez-Sabater, C., y Maguelouk Moffo, G. (2018). El discurso público de la universidad: un estudio socio pragmático contrastivo de Camerún, España y Francia. *Círculo de Lingüística Aplicada a la Comunicación*, 73, 177-196.

- Peuronen, S. (2008). Bilingual practices in an online community: code-switching and language mixing in community and identity construction. Recuperado de https://jyx.jyu.fi/bitstream/handle/123456789/18390/1/URN_NBN_fi_jyu-200805061436.pdf.
- Peuronen, S. (2011). "Ride hard, live forever": Translocal identities in an online community of extreme sports Christians. En C. Thurlow y K. Mroczek (Eds.), *Digital discourse: Language in the new media* (págs. 154-176). Nueva York: Oxford University Press.
- Poplack, S. (1980). Sometimes i'll start a sentence in Spanish y termino en español: toward a typology of code-switching. *Linguistics*, 18(7-8), 581-618.
- Poplack, S. (2000). Sometimes I'll start a sentence in Spanish Y termino en español: toward a typology of code-switching. En L. Wei (Ed.), *The bilingualism reader* (págs. 205-240). Londres y Nueva York: Routledge.
- Preece, J., y Maloney-Krichmar, D. (2005). Introduction. Online communities: Design, theory, and practice. *Journal of Computer-mediated Communication*, 10(4). Recuperado desde: <https://doi.org/10.1111/j.1083-6101.2005.tb00264.x>.
- Samarin, W. (1968). Lingua Francas of the world. En J. Fishman (Ed.), *Readings in the sociology of language* (págs. 660-672). París y Nueva York: Mouton Publihers.
- Samarin, W. (1987). Lingua franca. *Walter de Gruyter*, 371-374.
- Sampietro, A. (2016). Emoticonos y multimodalidad. El uso del pulgar hacia arriba en WhatsApp. *Aposta. Revista de Ciencias Sociales*, 69, 271-295.
- Scott, M., y Tribble, C. (2006). *Textual patterns: Key words and corpus analysis in language education*. Vol. 22. Amsterdan y Filadelfia: John Benjamins Publishing.
- Seargeant, P., Tagg, C., y Wipapan, N. (2012). Language choice and addressivity strategies in Thai-English social network interactions. *Journal of Sociolinguistics*, 16(4), 510-531.
- Sebba, M. (1997). *Contact languages: Pidgins and creoles*. Londres: McMillan Press LTD.
- Sebba, M. (2013). Multilingualism in written discourse: An approach to the analysis of multilingual texts. *International Journal of Bilingualism*, 17(1), 97-118.

- Seidlhofer, B. (2001). Closing a conceptual gap: The case for a description of English as a lingua franca. *International Journal of Applied Linguistics*, 11(2), 133-158.
- Seidlhofer, B. (2005). English as a lingua franca. *ELT Journal*, 59(4), 339-341.
- Semino, E., y Masci, M. (1996). Politics is football: Metaphor in the discourse of Silvio Berlusconi in Italy. *Discourse & Society*, 7(2), 243-269.
- Serrano Franco, F., y Cázares Blanco, M. (2019). ¿Qué y por qué perdonar? Una revisión deflacionaria de la moralidad del perdón. *En-claves del Pensamiento*, 13(25), 83-103.
- Sicoli, M. (2015). Voices Registers. En D. Tannen, H. Hamilton y D. Schiffrin (Eds.), *The handbook of discourse analysis* (Vol.2) (págs. 105-126). Estados Unidos: Wiley Blackwell.
- Siebenhaar, B. (2006). Code choice and code-switching in Swiss-German Internet Relay Chat rooms. *Journal of Sociolinguistics*, 10(4), 481-506.
- Simpson, A. (2008). *Language and national identity in Africa*. Oxford y Nueva York: Oxford University Press.
- Stevenson, T., y Alaug, A. (2000). Football in newly united Yemen: Rituals of equity, identity, and state formation. *Journal of Anthropological Research*, 56(4), 453-475.
- Tabe, C. (2008). Orality and literacy in Cameroon e-mail discourse. En K. Harrow y K. Mpoche (Eds.), *Language, literature and education in multicultural societies: Collaborative research on Africa* (págs. 194-209). Newcastle: Cambridge Scholars Publishing.
- Tabe, C. (2016). Language and humor in Cameroon social media. En R. Taiwo, A. Odebunmi y A. Adetunji (Eds.), *Analyzing language and humor in online communication: Advances in linguistics and communication studies* (págs. 131-163). Estados Unidos: Information Science Reference.
- Tabe, C. (2018). E-morphology in Cameroon social media. *David Publishing*, 16(1), 1-24.
- Tagg, C. (2014). Translanguaging as an addressivity strategy for identity and relational work on Facebook. Conferencia sobre *Superdiversity: Theory, method and practice in an era of change*, Organizado por IRIS, University of Birmingham.

- Tagg, C., y Seargeant, P. (2016). Facebook and the discursive construction of social network. En A. Georgakopoulou y T. Spilioti (Eds.), *The Routledge handbook of language and digital communication* (págs. 339-353). Londres y Nueva York: Routledge.
- Tagliamonte, S. (2016). So sick or so cool? The language of youth on the internet. *Language in Society* 45(1), 1-32.
- Taiwo, R. (2009). The functions of English in Nigeria from the earliest times to the present day. *English Today*, 25(2), 3-10.
- Taiwo, R. (2010). The dynamics of language mixing in Nigerian digital communication. Handbook of research on discourse behavior and digital communication: Language structures and social interaction. *IGI Global*, 180-190.
- Taiwo, R., y Chiluwa, I. (2012). *Computer-mediated Discourse in Africa*. Nueva York y Estados Unidos: Nova Science Publishers, Inc.
- Taiwo, R., Odebunmi, A., y Adetunji, A. (2016). *Analyzing language and humor in online communication*. Estados Unidos: Information Science Reference.
- Tajfel, H. (1982). Introduction: Social identity and intergroup relations. En H. Tajfel, (Eds.), *Social identity and intergroup relations* (págs. 1-14). Nueva York: Cambridge University Press.
- Tascón, M., y Cabrera, M. (2012). *Escribir en internet: Guía para los nuevos medios y las redes sociales*. Galaxia Gutenberg y Fundéu BBVA, 16, 223-224.
- Telep, S. (2014). *Le camfranglais sur Internet: Pratiques et représentations*. Francia: HAL, archives-ouvertes.fr.
- Thurlow, C. (2007). Fabricating youth: New-media discourse and the technologization of young people. En S. Johnson y A. Ensslin, (Eds.), *Language in the media: representations, identities, ideologies* (págs. 213-233). Londres: Continuum.
- Thurlow, C., y Poff, M. (2011). Text messaging. En S. Herring, D. Stein y T. Virtanen (Eds.), *Handbook of the pragmatics of Computer-mediated Communication* (págs. 163-190). Berlín y Nueva York: Mouton de Gruyter.
- Tsiplakou, S. (2009). Doing (bi)lingualism: Language alternation as performative construction of online identities. *Pragmatics. Quarterly Publication of the International Pragmatics Association (IPrA)*, 19(3), 361-391.

- Tuñón, J., y Brey, E. (2012). Sports and politics in Spain – football and Nationalist attitudes within the Basque Country and Catalonia. *European Journal for Sport and Society*, 9(1-2), 7-32.
- Vargas Alfonso, F. (2016). Redes sociales, literacidad e identidad(es): El caso de Facebook. *Colombian Applied Linguistics Journal*, 18(1), 11-24.
- Vidacs, B. (1999). Football in Cameroon: A vehicle for the expansion and contraction of identity. *Culture, Sport, Society*, 2(3), 100-117.
- Vidacs, B. (2009). Visions of the nation. En B. Vidacs, (Ed.), *Visions of a better world: Football in the Cameroonian social imagination* (págs. 83-110). Berlin: Transaction Publishers.
- Vold Lexander, K. (2011). Texting and African language literacy. *New Media & Society*, 13(3), 427-443.
- Warschauer, M., El Said, G., y Zohry, A. G. (2007). Language choice online: Globalization and identity in Egypt. En B. Danet y S. Herring, (Eds.), *The multilingual Internet: Language, culture, and communication online* (págs. 303-318). Oxford y Nueva York: Oxford University Press.
- Warschauer, M., y De Florio-Hansen, I. (2003). Multilingualism, identity, and the Internet. En A. Hu y I. De Florio-Hansen (Eds.), *Multiple identity and multilingualism* (págs. 155-179). Tübingen: Stauffenburg.
- Willinsky, J., Jonas, R., Shafack, R., y Wirsy, K. (2005). Access to research in Cameroonian universities. *The electronic journal of information systems in developing countries*, 21(1), 1-15.
- Wilson, B. (2008). Believe the hype? The impact of the internet on sport-related subcultures . En A. M. (Eds.) y K. Young, *Tribal play: Subcultural journeys through sport, Vol. 4* (págs. 135-152). Reino Unido: Emerald Group Publishing.
- Wolff, H. (2018). Multilingualism, translanguaging, and linguistic superdiversity: An Africanist's perspective on 'language'. *Nordic Journal of African Studies*, 27(2), 1-20.
- Yus, F. (2001). *Ciberpragmática: el uso del lenguaje en Internet*. Barcelona: Ariel Lingüística.

- Yus, F. (2011). *Cyberpragmatics: Internet-mediated Communication in context*. Amsterdam y Filadelfia: John Benjamins Publishing Company.
- Yus, F. (2014). El discurso de las identidades en línea: El caso de Facebook. *Discurso y Sociedad*, 8(3), 398- 426.
- Yus, F. (2018). Relevance from and beyond propositions. The case of online identity. En J. Strassheim y N. Hisashi, (Eds.), *Relevance and irrelevance: Theories, factors and challenges* (págs. 119-140). Berlín y Boston: Walter de Gruyter.
- Zhao, S., Grasmuck, S., y Martin, J. (2008). Identity construction on Facebook: Digital empowerment in anchored relationships. *Computers in Human Behavior*, 24, 1816–1836.

Notas

Expresiones en lenguas de Camerún traducidas en español, francés, inglés

Tabla 22: Expresiones en lenguas de Camerún con su traducción al francés, inglés y español

Expresiones	Traducción			
	Lenguas de Camerún	Español	Francés	Inglés
Bana	Douala	Niños	Les enfants	Children
Bana loba	Douala	Los niños de Dios	Les enfants de Dieu	God's children
Bassa	Bassa	Lenguas utilizadas en las partes sur y centro de Camerún	Langue du Sud / centre Cameroun	Language used in the Southern and Central part of Cameroon
Damba	Pidgin inglés	Fútbol	Balon	Football
Falla	Pidgin inglés	Buscar	Chercher	Search

Kamakai / Gamakai	Fulfuldé	Adelante	Allez	Go
Kass	Pidgin inglés	Dejar /abandonar	Abandonner	Abandon/ renounce
Ligwe ilaam / ligwe ii lam	Bassa	Feliz cumpleaños	Joyeux Anniversaires	Happy Birthday
Loba	Bassa	Dios	Dieu	God
Man no lap	Pidgin inglés	Que nadie se ría	Personne ne rigole	Nobody laughs
Man no roon	Pidgin inglés	Que nadie corra	Que personne ne court	Nobody runs
Mbondo ndjie	Bassa	Hombre ideal o de referencia	Homme ideal	Ideal man
Mollah	Mbokotok	Mi amigo	Mon ami	My friend
Nan	Pidgin inglés	Dormir	Dormir	Sleep
Nassara	Fulfuldé	Los blancos	Les blancs	The white
Ndem	Pidgin inglés	Fracasar	Echec	Failure
Ngambe	Pidgin inglés	Adivinador	deviner	Southsayer
Ngand / Ngònd	Bassa	Señorita	Mademoiselle	Miss
O'bosso/òboso (forma estándar)	Douala	Vamos	En avant/allez	Go
Sâ/Sàn (forma estándar)	Bassa	Paz	Paix	Peace
Tchombé	Pidgin inglés	Ponerse	Porter	Wear
Wanda	Pidgin inglés	Sorpresa	Surprise	Surprise
Ya	Pidgin inglés	Entender	Entendre ou comprendre	Hear
Yenda	Douala	Pez gato	Poisson-chat	Catfish

Anexos

En estos anexos figuran más ejemplos del corpus que no se han incluido en los resultados. De nuevo, se ha añadido la traducción al español en cada caso y en algunas traducciones se han añadido signos de puntuación para hacer más comprensible el texto. Estos ejemplos proceden de:

Camerún

1. Comentarios de las páginas oficiales de Facebook del Coton Sport de Garoua Club de fútbol
2. Comentarios de las páginas oficiales de Facebook de Samuel Eto'o Fils
3. Comentarios de las páginas oficiales de Facebook del Union Sportive de Douala Club de fútbol


España

4. Comentarios de las páginas oficiales de Facebook del Fútbol Club Barcelona
5. Comentarios de las páginas oficiales de Facebook del Real Madrid Club de Fútbol
6. Comentarios de las páginas oficiales de Facebook del Valencia Club de Fútbol

Anexo I

Comentarios del Coton Sport de Garoua



Ondobo xè bien le com bak  1

[Me gusta](#) · [Responder](#) · 3 años

Comentario 69: Andobo (nombre jugador) Me encanta que vuelvas.



Flav Congrat to the players and staff of Coton sport. We are rising gradually to the top. A bas les jaloux. Forza Cotone di Garoua

[Me gusta](#) · [Responder](#) · 4 años

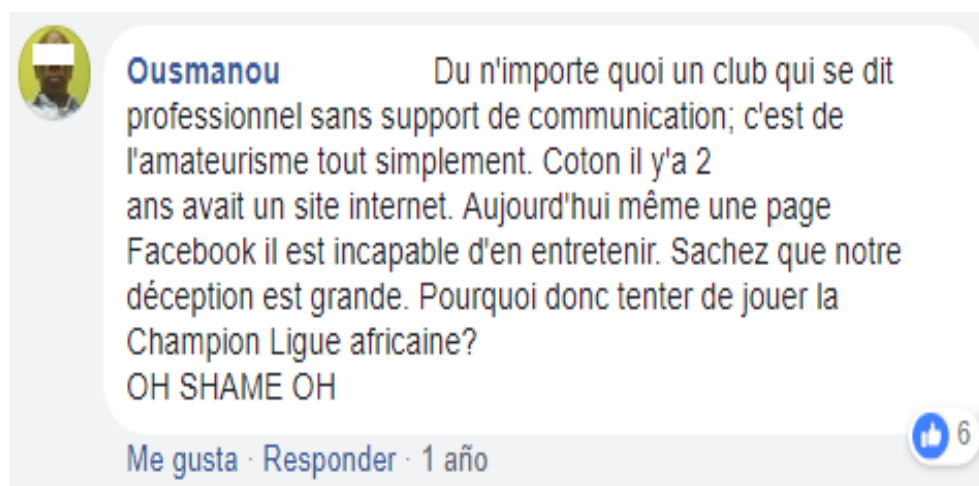
Comentario 70: Felicidades a los jugadores y personal del Coton Sport. Estamos subiendo poco a poco a lo más alto. Abajo los envidiosos. Fuerza Coton de Garoua.



Wolf wait and see Mohammed this is a new figth spirit allez les vert et blanc du Nord

[Me gusta](#) · [Responder](#) · 4 años

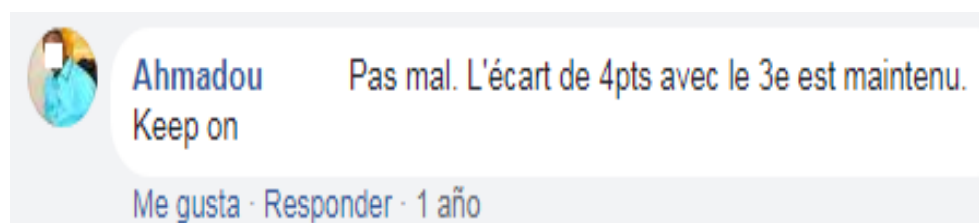
Comentario 71: Espera a ver, Mohammed, esto es un nuevo espíritu de combate. Vamos los verdes y blancos del Norte.



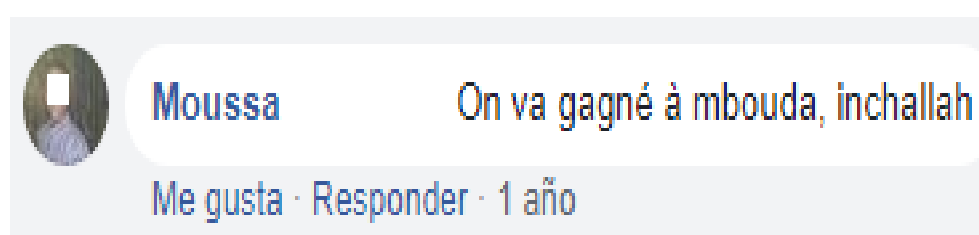
Comentario 72: No sirve de nada que un club que se cree profesional no tenga soporte de comunicación, es una mera falta de experiencia. El Coton tenía un sitio web hace dos años. Hoy, aún es incapaz de mantener una página de Facebook. Que sepa que nuestra decepción es mucha. ¿Por qué entonces se intenta jugar la Liga de Campeones africana? ¡Qué vergüenza!



Comentario 73: Este sí que es un verdadero entrenador. Todos los predecesores dicen que quieren irse a la fase eliminatoria. Hay que aspirar a más, establecer un objetivo más alto de esta forma. Gracias Da Rosa. Suerte.



Comentario 74: Bien. La diferencia de 4 puntos con el tercero se mantiene. Ánimo.



Comentario 75: Vamos a ganar a Mbouda, si Dios quiere.



Comentario 76: Muy contento chicos. Gracias a los comentaristas por permitirnos ver los partidos del Coton en directo.



Comentario 77: Estoy de acuerdo contigo. Este entrenador que no gana fuera suscita mi preocupación también. ¡Esto no es una buena señal!



Lazare Obosso, coton du cmr!

Me gusta · Responder · 3 años

Comentario 78: Vamos, Coton de Camerún.



Mayo Congrats. Bon vent!

Me gusta · Responder · 1 año

Comentario 79: Felicidades. ¡Adiós!



Clément Barcelone du Cameroun.

Me gusta · Responder · 2 años

Comentario 80: El Barcelona de Camerún.



Souleymane Viva coton sport

Me gusta · Responder · 1 año

Comentario 81: Viva Coton Sport.



Berthe Bjr chance les gars la victoire aux Nassara
oyeeeeeeeeee

Me gusta · Responder · 41 sem

Comentario 82: Buenos días, suerte, chicos. La victoria es de los blancos.

Anexo II

Comentarios de Samuel Eto'o Fils

Comentario 83: Tenéis que alcanzarlo chicos, no tengo dinero para ir al hospital, dado que mi caja de medicamentos está llena.



Aïe !!! Le goût de la CAN au Cameroun!! Qui vivra sera camerounais. My sweet country !!

Me gusta · Responder · 43 s



Comentario 84: ¡Olé! ¡El sabor de la CAN en Camerún! El que viva será camerunés. ¡Mi querido país!



Pierre Desire El magnífico, el misterio tous sa c'est Dieu papa Eto'o continue sur chemin...puisse le seigneur te bénisse encore et encore

Me gusta · Responder · 9 s

Comentario 85: El magnífico, el misterio. Todo esto es Dios, papá Eto'o sigue el camino. Que el señor te bendiga aún más.



Yoann Franclyne Mbondonjée n'a pas de limite et ne connais pas de frontières, mieux partout dans le monde que chez soi est le KING.... continue d'écrire ta légende le meilleur 9...God bless 🙏🌟👑

Me gusta · Responder · 15 s

Comentario 86: El hombre ideal no tiene límite y no conoce fronteras, mejor por todas partes del mundo que en su casa es el JEFE...sigue escribiendo tu leyenda el mejor 9... Dios te bendiga.



Le Sage Avec tout mon soutien je vote. Peace and Love Adrenaline 💉💉💉

Me gusta · Responder · 4 s

Comentario 87: Con todo mi apoyo, voto. Paz y amor. Adrenalina.



Steve [redacted] Merci la légende, gracias la leyenda por ponerme dentro de tus super Fan. Thanks you the big king. Estaremos a poyandote eres el orgullo de AF.

Me gusta · Responder · 11 s

Comentario 88: Gracias, la leyenda, ... Gracias, el gran rey. Te apoyaremos, eres el orgullo de África.



Le Pétrolier Dollar [redacted] Le N'Gambe le sommet des sommets plus rien à dire pour toi monde 🌍 entier papa Eto'o for Life ❤️

Me gusta · Responder · 12 s

Comentario 89: El adivino, la cumbre de las cumbres y nada más que decir en el mundo entero, papá Eto'o para siempre.



MimiBassa [redacted] Ngand ligwe ilaam
Happy birthday To you
Joyeux anniversaire
La charismatique femme de POIGNE. le modèle de toute une génération. prends tes coeurs on quitte ici ❤️❤️❤️❤️❤️❤️

7

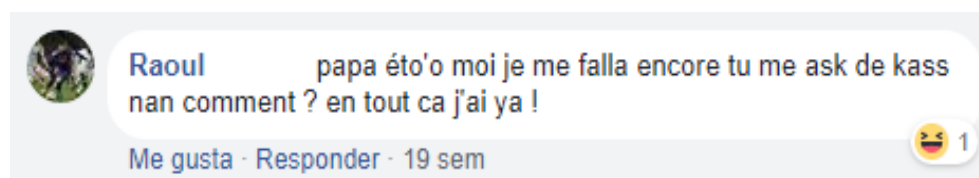
Comentario 90: Señorita, Feliz cumpleaños. Feliz cumpleaños. Feliz cumpleaños
La mujer carismática con autoridad. El modelo de toda una generación. Coge nuestros corazones y nos vamos de aquí.



Gegedine [redacted] Welcome
pichichi...profites bien de ton séjour. Est-ce
que je pourrais passer dire bonjour 🙏👤

Me gusta · Responder · Ver traducción · 1 año 6

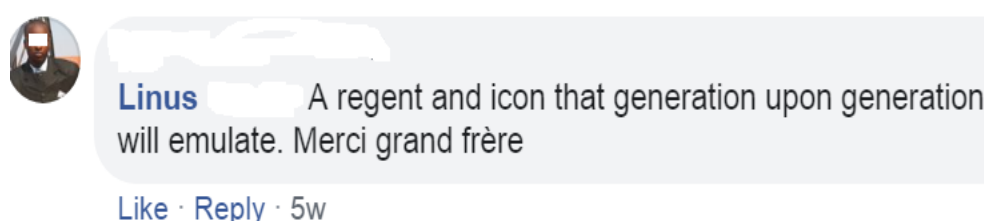
Comentario 91: Bienvenido pichichi, aprovecha bien tu estancia. ¿Podría ir a saludarte?



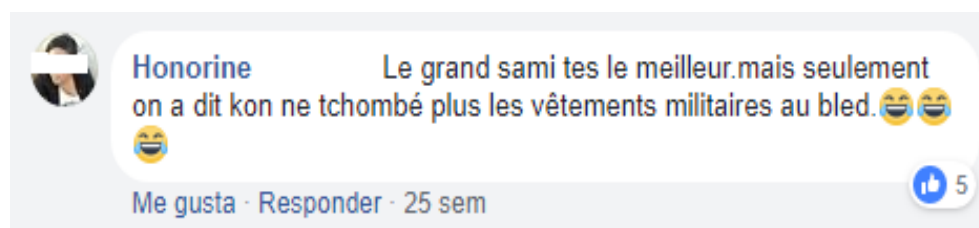
Comentario 92: Papa Eto'o, aún estoy buscando trabajo y cómo puedes sugerir que lo abandone. ¡De todas formas, he entendido!



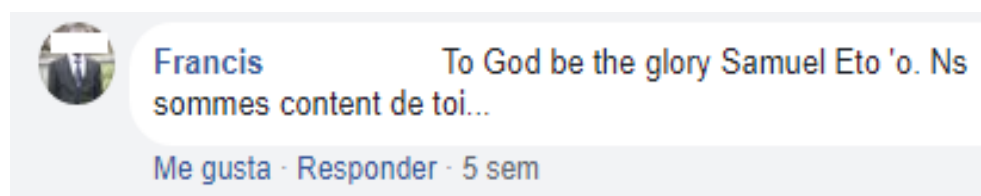
Comentario 93: Díselo, díselo, díselo, deben saberlo Samuel Eto'o 237 para siempre.



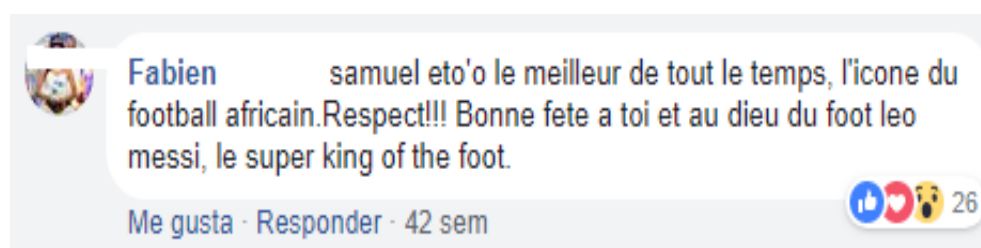
Comentario 94: Regente e icono que se imitará de generación en generación. Gracias, hermano mayor.



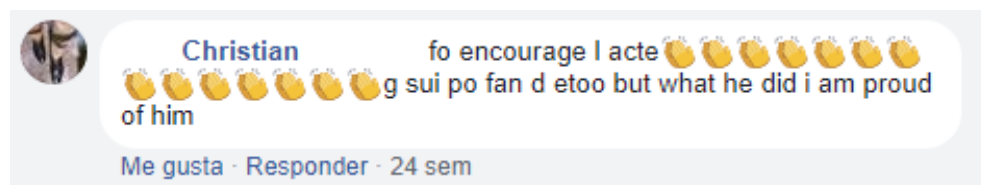
Comentario 95: El gran Samuel, eres el mejor. Pero, como dicen no te has puesto el traje militar aún porque no se lleva en el país.



Comentario 96: A Dios sea la gloria de Samuel Eto'o. Estamos orgullosos de ti.



Comentario 97: Samuel Eto'o, el mejor de todos los tiempos, el ícono del fútbol africano. ¡Respetadlo! Feliz fiesta a ti y al Dios del fútbol, Leo Messi, el súper rey del fútbol.



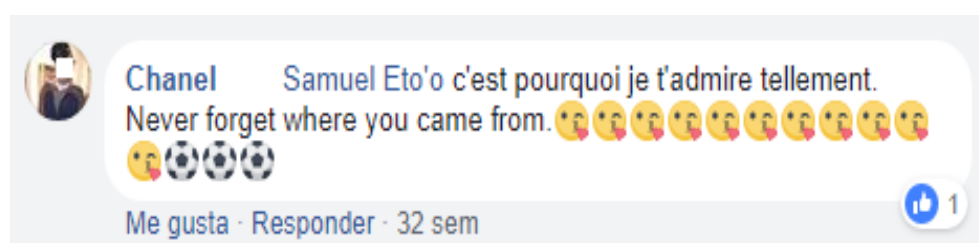
Comentario 98: Hay que animar el acto, no soy hincha de Eto'o, pero, estoy orgulloso de él.



Comentario 99: Odio el fútbol, pero te aprecio. Eres mi único jugador de fútbol.



Comentario 100: Pero, pichichi, ¿ahora pasas los sábados en Camerún?



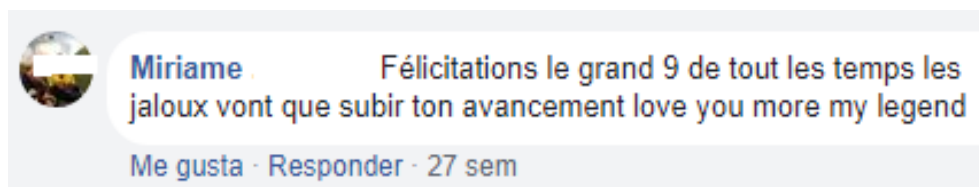
Comentario 101: Es por esto por lo que te admiro tanto. Nunca olvides de dónde vienes.



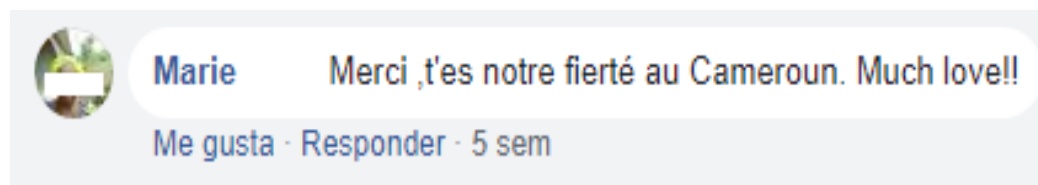
Comentario 102: El gran Samuel, ¡te tengo mucho cariño! Felicidades a los hombres que protegen a sus mujeres. Qué lástima que el mío aun no lo haya entendido.



Comentario 103: ¡El hombre ideal, el 9, el mejor plato de comida, Samuel, el mejor delantero de los últimos 15 años!



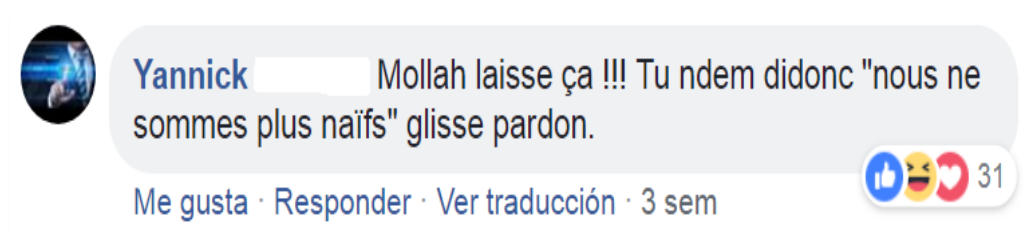
Comentario 104: Felicidades, el gran 9 de todos los tiempos. Los envidiosos van a sufrir tu éxito. Te quiero mucho, mi leyenda.



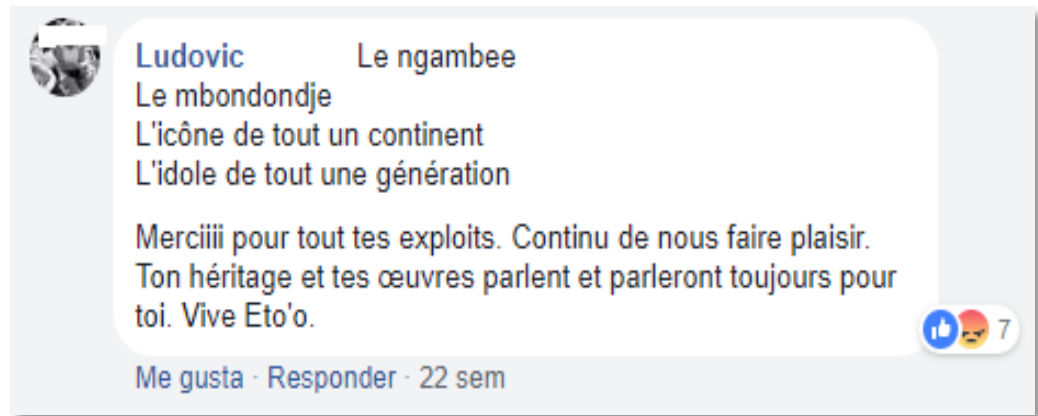
Comentario 105: Gracias, eres el motivo de nuestra felicidad en Camerún. ¡Te quiero mucho!



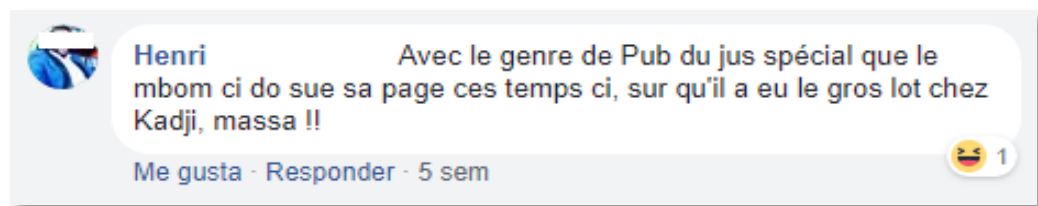
Comentario 106: Papá Eto'o, eres la encarnación de la sabiduría. Respeto a mi jefe. Dios te bendiga.



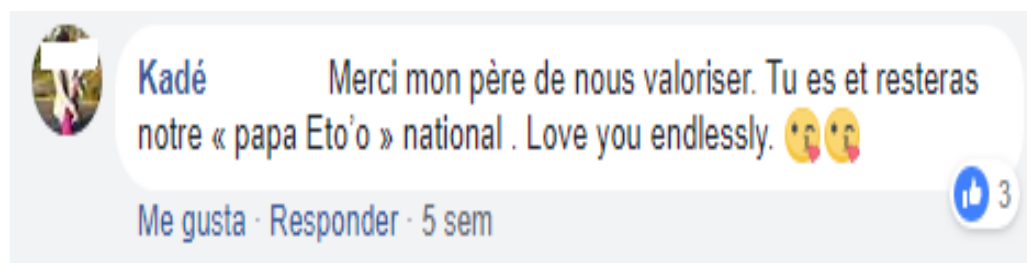
Comentario 107: Amigo, déjalo. Te equivocas hombre “aún no somos ignorantes” Pide perdón.



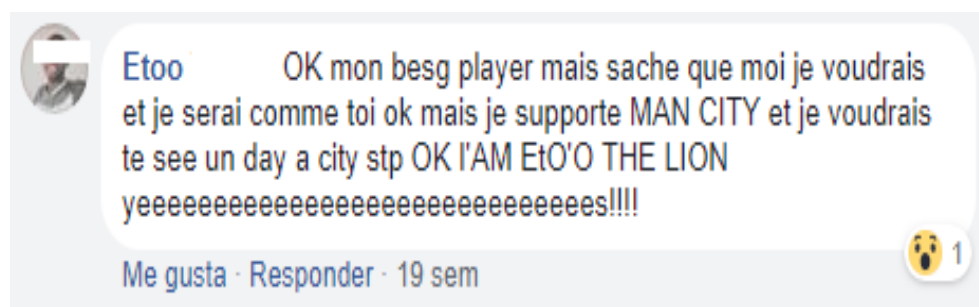
Comentario 108: El adivino, hombre ideal, el ícono de todo un continente, el ídolo de toda una generación. Gracias por todos tus logros. Sigue complaciéndonos. Tu herencia y tus obras hablan y hablarán siempre por ti. Viva Eto'ó.



Comentario 109: Este tipo de publicidad sobre el zumo especial que este chico presenta en su página últimamente, estoy seguro de que recibió un premio de Kadji (empresa de cerveza), ¡caramba!



Comentario 110: Gracias, padre mío por valorarnos. Eres y seguirás siendo nuestro papá Eto'o nacional. Te quiero para siempre.



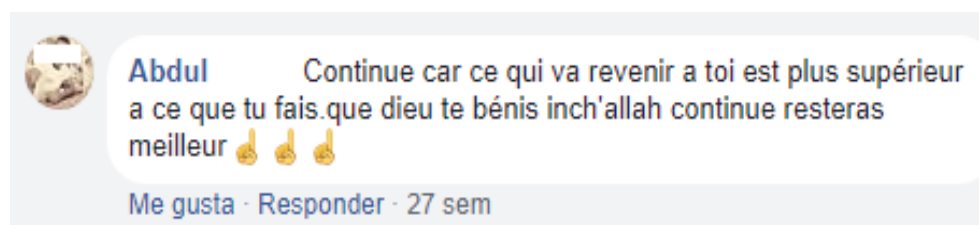
Comentario 111: De acuerdo, mi mejor jugador, pero que sepas que yo quiero en el futuro ser como tú. Pero apoyo al Manchester City y querría verte un día en el City, por favor. De acuerdo, soy Eto'o, el león, siiii.



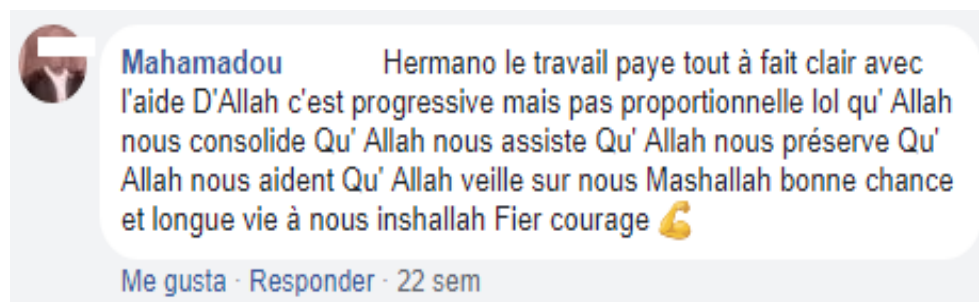
Comentario 112: Tu físico puede matar, mi mejor pequeño que sabe jugar y demostrarlo.



Comentario 113: ¡Un grande no es un pequeño! Eres digno de todo respeto porque has dado y sigues mostrando una buena imagen de nuestra querida África. ¡Qué vergüenza los que tienen envidia!



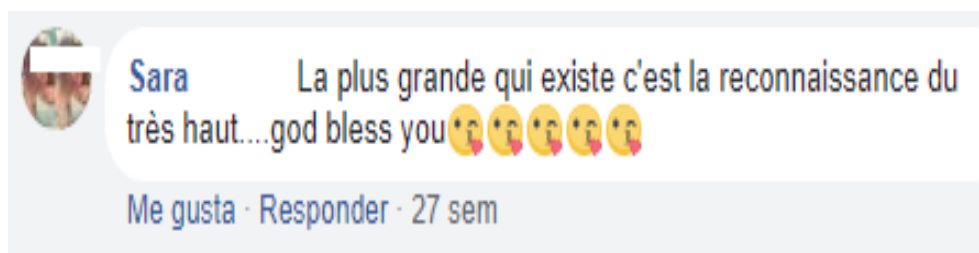
Comentario 114: Sigue así, porque tu recompensa será superior a lo que estás haciendo. Que Dios te bendiga. Si Dios quiere, seguirás siendo el mejor.



Comentario 115: Hermano, el trabajo se recompensa gracias a la ayuda de Dios. Es progresivo, pero, no es proporcional *lol* (jajaja). Que Dios nos fortalezca. Que Dios nos apoye. Que Dios nos preserve. Que Dios nos ayude. Que Dios nos vigile. Suerte y larga vida para nosotros si Dios quiere. Me alegro, ánimo.



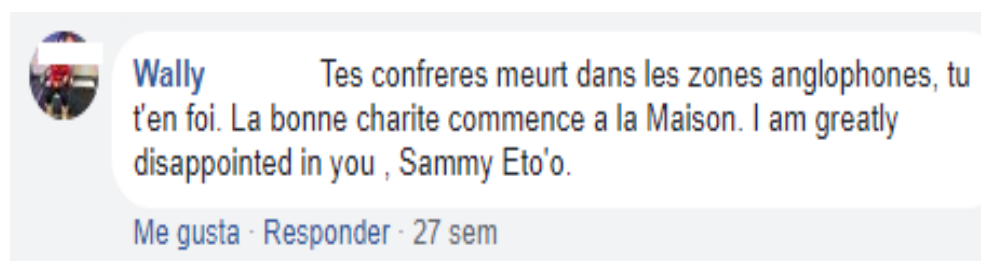
Comentario 116: ¡Caramba! Me muero David Dompkeh. Dímelo, no soy testigo de Jehová.



Comentario 117: Lo más grande que existe es el agradecimiento del más alto. Dios te bendiga.



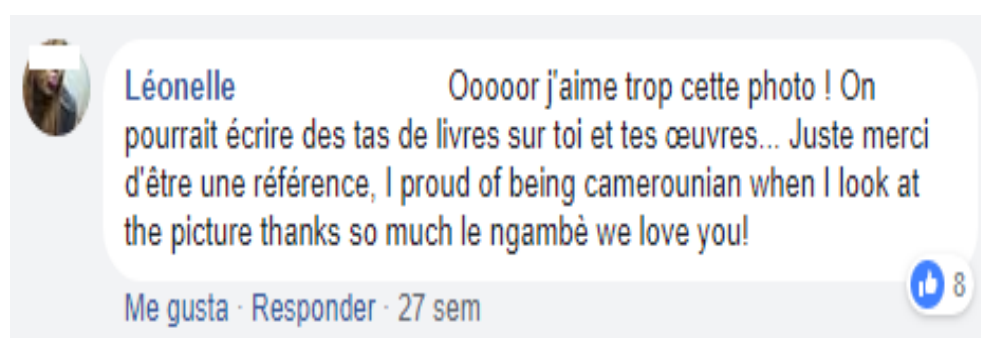
Comentario 118: Heyyyy Samuel, siempre en tus buenos disparos, tu estrella brillará durante mucho tiempo, hermano mío, y esto no es malo para nuestro país que carece de referencia. Fuerza Eto'o, fuerza Camerún.



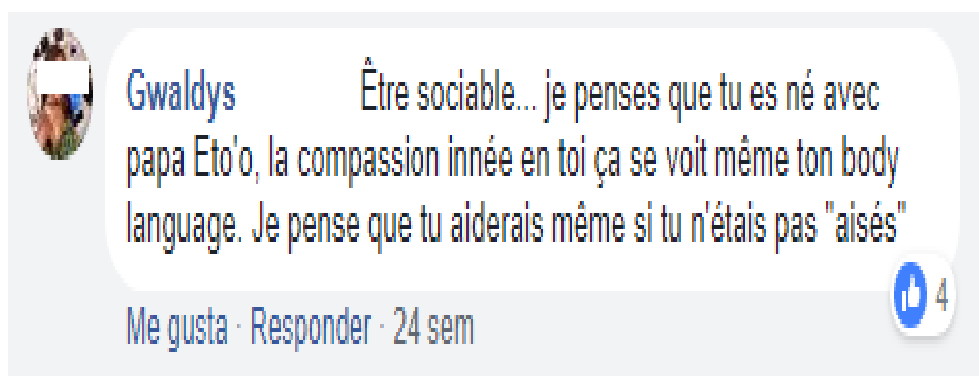
Comentario 119: Tus hermanos están muriéndose en las zonas anglófonas, a ti no te importa. La ayuda empieza en casa. Estoy muy decepcionado, Samuel Eto'o.



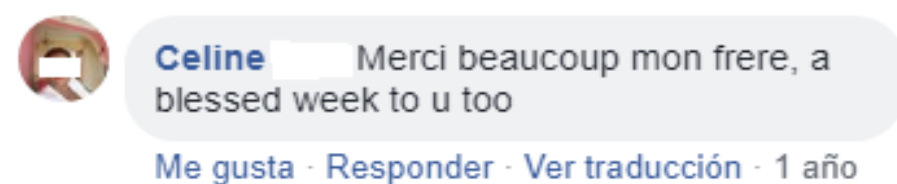
Comentario 120: Mi grande, pregunto, pero ¿qué haces en el campo? ¿Estás haciendo deporte no en el campo sino en la selva? De todas formas, me gusta porque estás allí, hermano.



Comentario 121: ¡Guau!, me gusta mucho esta foto. Se puede escribir muchos libros sobre ti y tus obras. Solo gracias por ser una referencia. Estoy orgullosa de ser camerunesa cuando miro la foto. Muchas gracias, adivino. ¡Te queremos!



Comentario 122: Ser sociable, pienso que has nacido con ello, papá Eto'o. Tu compasión natural es evidente, incluso tu lenguaje corporal. Pienso que ayudarías aunque no tuvieras dinero.



Comentario 123: Muchas gracias, hermano mío, que tenga una semana llena de bendiciones.



Comentario 124: Gran respeto al gran jefe papa Samuel. África te saluda, Eto'o.



Étōïle [redacted] Le jour que je vais voire le grand frère si ,il aura ma bière. God bless you papa9 🏈💪

[Me gusta](#) · [Responder](#) · 3 sem

Comentario 125: El día que vea a este hermano, le daré mi cerveza. Dios te bendiga papa 9.



Steven [redacted] Samy ton grand-père papa Fama de l'omnisport sera ravis de te voir! God bless you

[Me gusta](#) · [Responder](#) · 1 d

Comentario 126: Samuel, tu abuelo padre Fama de Omnisport estará muy contento de verte. Que Dios te bendiga.



Delor [redacted] le papa des papas mon bombo

[Me gusta](#) · [Responder](#) · [Ver traducción](#) · 2 años

Comentario 127: El padre de los padres, mi suegro.



Jessica Bonjour le MONUMENT INDESTRUCTIBLE. Trop de love pour toi mon PITCHICHI. GOD Bless you and all your Family. Bonne semaine aussi. Kisssss

[Me gusta](#) · [Responder](#) · [Ver traducción](#) · 1 año

Comentario 128: Buenos días el monumento indestructible. Mucho cariño hacia ti, mi pichichi. Dios te bendiga y a toda tu familia. Feliz semana también. Besos.



Amidou bjr boss ..GOd bless you

[Me gusta](#) · [Responder](#) · 39 sem

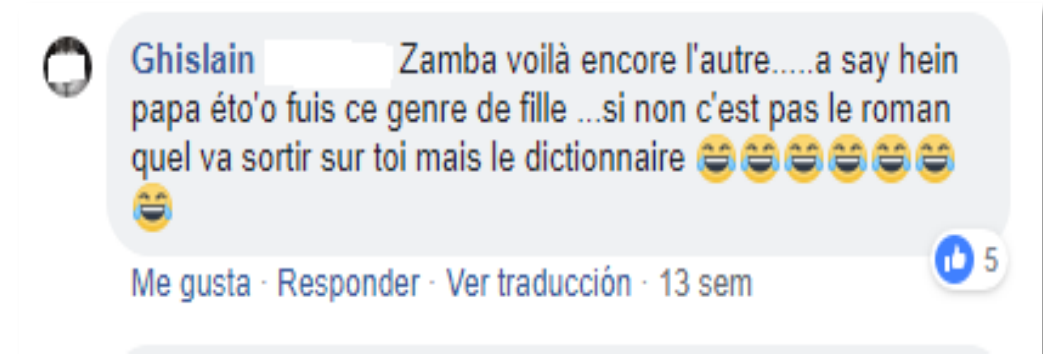
Comentario 129: Buenos días jefe. Dios te bendiga.



Espoir Big respect au big boss papa sami...eto'o l'Afrique te salut

[Me gusta](#) · [Responder](#) · [Ver traducción](#) · 1 año

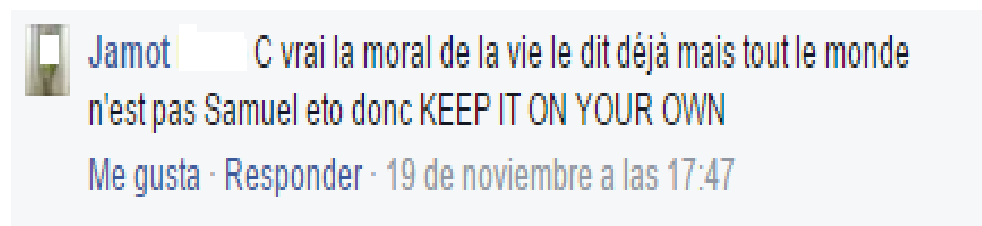
Comentario 130: Mucho respeto al gran jefe papá Samuel Eto'o. África te saluda.



Comentario 131: Dios, aquí hay otro... estoy diciendo que Papa Eto'o tiene que huir de ese tipo de chica... de lo contrario, no solo saldrá una novela sobre ti, sino también un diccionario.



Comentario 132: ¡Muchas gracias, querido hermano por mejorar tu reputación! ¡Eres el mejor!



Comentario 133: De verdad, la moral de la vida ya lo dice. Pero todo el mundo no es Samuel Eto'o. Pues, guárdatelo para ti.

Anexo III

Comentarios del Union Sportive de Douala



Gabriel 14 /24 points a l aller contre 6/24 au retour pour un grand club comme l union. from grace to grave what a big disgrace.

Me gusta · Responder · 21 s

Comentario 134: 14 de 24 puntos a la ida contra 6 de 24 a la vuelta para un gran club como el Union. Del éxito a la tumba, qué pena tan grande.



Doriane · 50:49 Good job mes poulains... c'est mieux qu'une défaite. On continue le travail

Me gusta · Responder · 23 s

Comentario 135: Buen trabajo mis chicos. Es mejor que una derrota. Seguimos el trabajo.



Diane Courage papa buh. One day One day. Dieu est au Control.

Me gusta · Responder · 34 sem

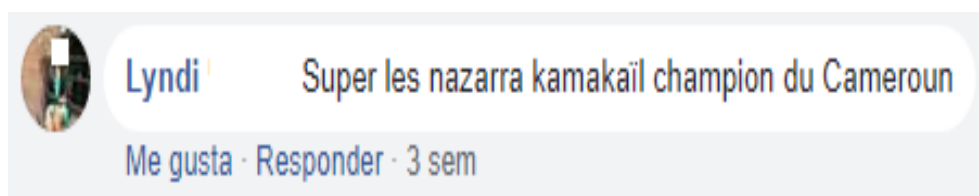
Comentario 136: Ánimo, papá Buh (nombre del entrenador). Un día. Dios tiene todo bajo control.



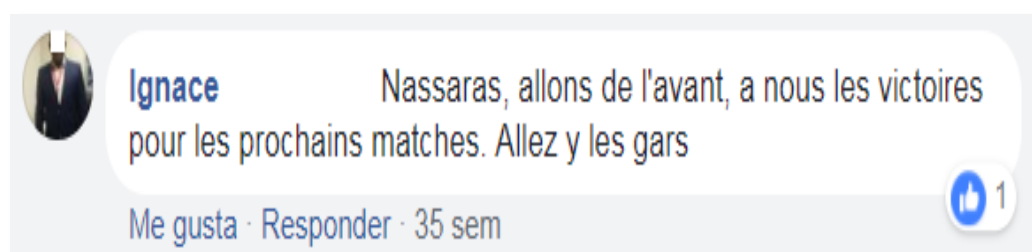
Ali Oboso les gars

Me gusta · Responder · 9 sem

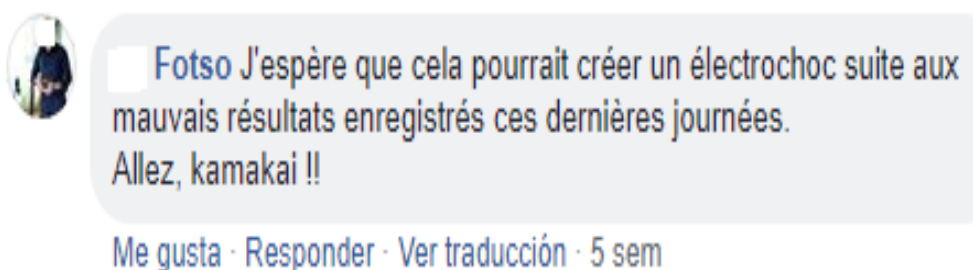
Comentario 137: Ánimo, chicos.



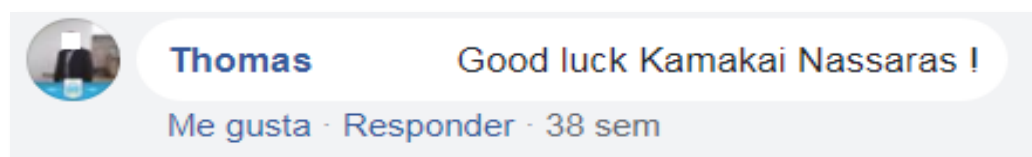
Comentario 138: Muy bien los blancos, adelante, campeón de Camerún.



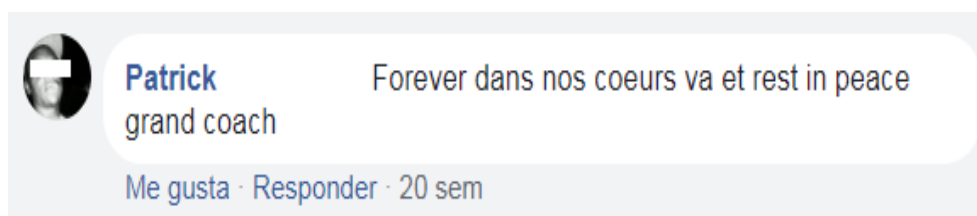
Comentario 139: Los blancos, vamos adelante, la victoria es para nosotros en los próximos partidos. Vamos, chicos.



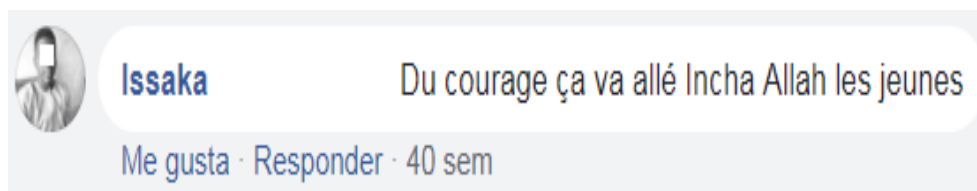
Comentario 140: Espero que esto pueda crear un electrochoque debido a los malos resultados conseguidos estos últimos años. Vamos. ¡Adelante!



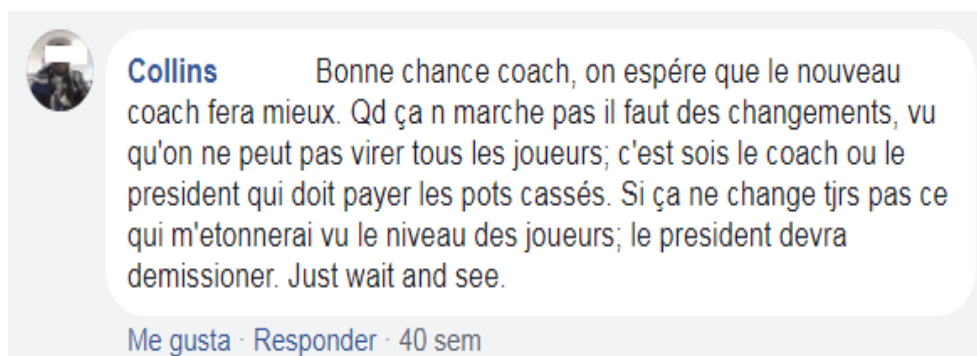
Comentario 141: Suerte, ¡Adelante los blancos!



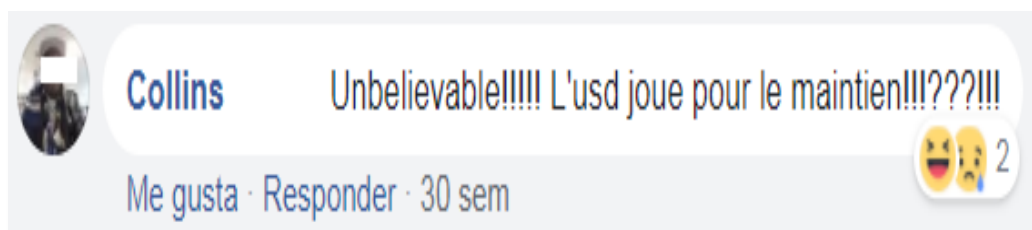
Comentario 142: Estarás para siempre en nuestros corazones. Vete y descansa en paz gran entrenador.



Comentario 143: Ánimo, todo irá bien. Gracias a Dios los jóvenes.



Comentario 144: Suerte entrenador, esperamos que el nuevo entrenador lo haga mejor. Cuando no andan bien las cosas, hay que cambiar, dado que no se puede despedir a todos los jugadores. O bien el entrenador o el presidente deben pagar por los errores. Si aun así no cambia, lo que me extrañaría dado el nivel de los jugadores, el presidente debería dimitir. Esperemos a ver qué pasa.



Comentario 145: ¡Increíble! ¡El Union Spotive de Douala juega por la permanencia!

Anexo IV

Comentarios del Fútbol Club Barcelona



Aviva Vidal needs to get over his injury ! Lo quiero ver jugar con mi Barca !

Me gusta · Responder · 19 h

Comentario 146: Vidal necesita recuperarse de sus lesiones ...



البعثيقي Vos sos el mejor del mundo y no importa más nada... sólo tenés qué dar todo en Rusia y será la gloria..
Te quiero mucho.. 🥰🥰🥰
You are the best 🥰🥰
I Love you Messi 🥰🥰

#كتلوني_للايد 🙌🙌

Me gusta · Responder · 15 sem



2

Comentario 147: ... Eres el mejor. Te quiero Messi.



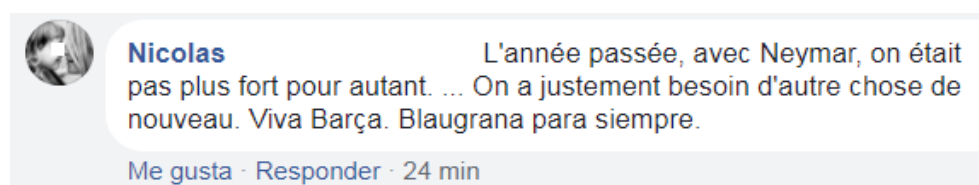
Kaddour Les indomptable reviennent vainqueur du stade olympico de la Roma visca Barça visca messi força Suarès good player thank you

Me gusta · Responder · 3 d

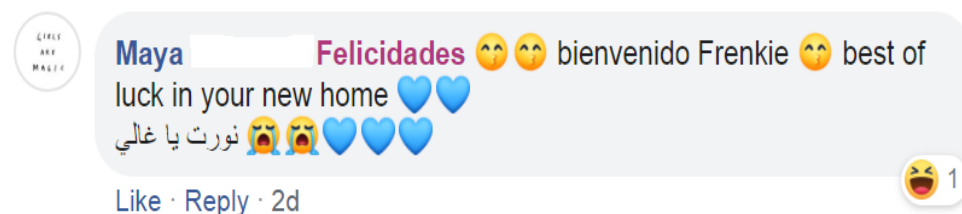
Comentario 148: ... Viva el Barça, vamos Messi, fuerza Suárez el mejor jugador, gracias.



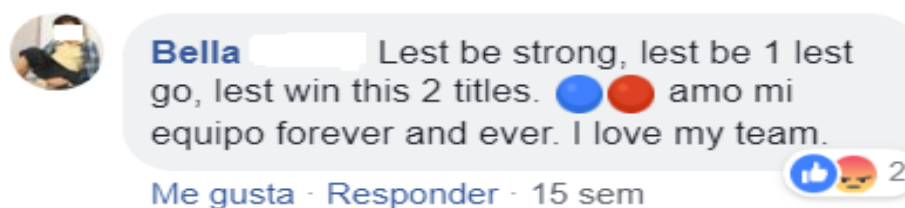
Comentario 149: ... ¡Qué manera de empezar la temporada!



Comentario 150: El año pasado con Neymar no estábamos más fuertes por tanto .. Necesitamos otra cosa nueva. ...



Comentario 151: ... Frenkie, suerte en tu nueva casa.



Comentario 152: Seamos fuertes, estemos unidos, vamos, ganemos estos dos títulos. ... para siempre. Quiero a mi equipo.

Anexo V

Comentarios del Real Madrid Club de Fútbol



Lelling [redacted] Gracias por formar parte del Real Madrid!!
Te Deseo muchos Éxitos en tu nuevo Equipo, estaré al pendiente de tus nuevos retos y triunfos.
I really miss You 😞😞!!
Thank you so Much!!

Me gusta · Responder · 1 sem

Comentario 153: ... ¡Te echo mucho de menos! ¡Muchísimas gracias!



Cris [redacted] He is broken 4real thou lol that's bad luck bro, just like in the world cup lol pero if he wants to go he should do it bro, pa que andar con Tanta mamada

Me gusta · Responder · 22 sem

Comentario 154:: Está destrozado de verdad. Aunque sea mala suerte, hermano, igual que en la copa del mundo. Pero si quiere irse, debe hacerlo hermano,



Jean [redacted] no es real madrid , es uefadrid ,
one pénalty one red cart at each games ,
the best player of real mardid es el referee

Me gusta · Responder · 14 sem

Comentario 155: ... Un penalti, una tarjeta roja en cada partido, el mejor jugador del Real Madrid es el árbitro.



Rolaixis [redacted] Se te fue la mano hoy cristiano es por eso que eres el number one.

Me gusta · Responder · 17 sem



Comentario 156: ... número uno.



Rafael [redacted] RONALDO 33 goles en 34 juegos
MESSI 32 goles en 41 juegos
Ronaldo no jugo 5 juegos por suspension ,
2 de liga y dos de copa de rey ,no problem
he got this anyways 🙌🙌🙌

Me gusta · Responder · 21 sem



Comentario 157: ... Sin problema, lo ha conseguido de todas formas.



Serigne [redacted] Je suis vraiment ravi d'être super fan Real Madrid mon club de cœur. MUCHAS GRACIAS. VAMOS REAL VAMOS

Like · Reply · 1d

Comentario 158: Estoy encantadísima de ser una súper aficionada del Real Madrid, mi club del corazón. Muchas gracias. Vamos Real, Vamos.



Arsène [redacted] Cr7 être payés plus que son rival parce que il le mérite. Il fait du bien au réal. Les supporters a Madrid organisé une marche pour le soutenir. Never stop

Me gusta · Responder · 18 sem

Comentario 159: Cristiano Ronaldo 7 está mucho mejor pagado que su rival porque se lo merece. Actúa bien en el Real. Los aficionados del Madrid han organizado una marcha para apoyarlo. Nunca pares.



Angel Halaaaaaa los Merengueros... this is y ladies & gents u cannot compare messi to ronaldo in big moments. Enjoy this legend cause soon he will be gone!

Me gusta · Responder · 14 sem

Comentario 160: Señoras y señores, no se puede comparar Messi con Ronaldo en momentos grandes. Disfrutad de esta leyenda porque pronto se habrá ido.



Ricardo Se ve más chulo que un ocho. 😊
Chapeau, monsieur Zidane; c'est un succès sans précédent! 😊
Plus, s'il vous plaît. 😊
¡HALA SIEMPRE MADRID! 🇪🇸 ⚽️ 💜

Me gusta · Responder · 30 sem

C Comentario 161: ... Enhorabuena, señor Zidane, es un éxito sin precedentes. Queremos más, por favor...



Alberto Muchas felicidades y Enhorabuena por el título de mejor jugador del torneo. Eres el mejor sin lugar a dudas. ¡Luka Modric the best...Magic player!

Me gusta · Responder · 4 sem

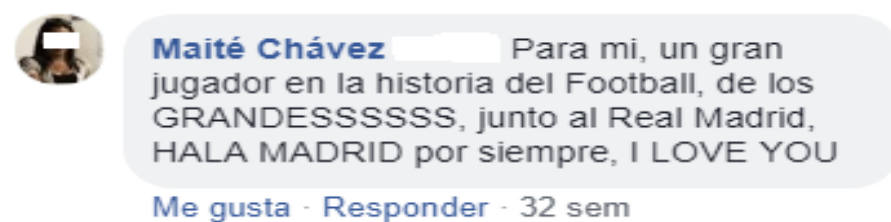
Comentario 162: ... ¡Luka Modric, el mejor, el jugador mágico!



Comentario 163: ... Besos.



Comentario 164: Como quiera Dios, larga vida a Zidane, Dios bendiga al equipo del Real Madrid para siempre.



Comentario 165: ... te quiero.



Eduardo [redacted] That's the way I like it! Quedó demostrado que el PSG es un equipo sin jerarquía, sin hambre de gloria, vamos, casi un team de provincia; un advenedizo que intentó robarle la corona al rey de Champions, mi Real Madrid. Y cómo no te voy a querer, si París era una fiesta con el pase a cuartos del mejor equipo del mundo. ¡Hala Madrid!

Me gusta · Responder · 22 sem



Comentario 166: ¡Así es como me gusta! ...



Maria Esther [redacted] ❤️ Happy Birthday Lucas y q cumplas muchos años mas de vida dios bendiga siempre a Lucas ❤️ bendiciones par Lucas y a todos los Madridista saludos beso abrazo de la distancia feliz domingo ❤️

Me gusta · Responder · 2 min

Comentario 167: Feliz cumpleaños



Rama Thank you Cristiano Ronaldo for everything you have done for Real Madrid, you are Real Madrid's greatest ever and we will always love you. Gracias por convertirte en mi primer y único gran ídolo, gracias por todo campeón hoy te marchas como leyenda. Y nadie destruirá tu legado. Siempre te extrañaremos todos los madridistas.

Me gusta · Responder · 1 sem



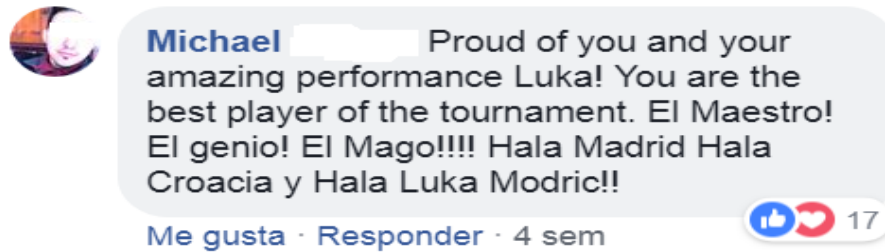
Comentario 168: Gracias Cristiano Ronaldo por todo lo que has hecho por el Real Madrid. Eres el más grande que ha jugado en el Real Madrid y te amaremos siempre. ...



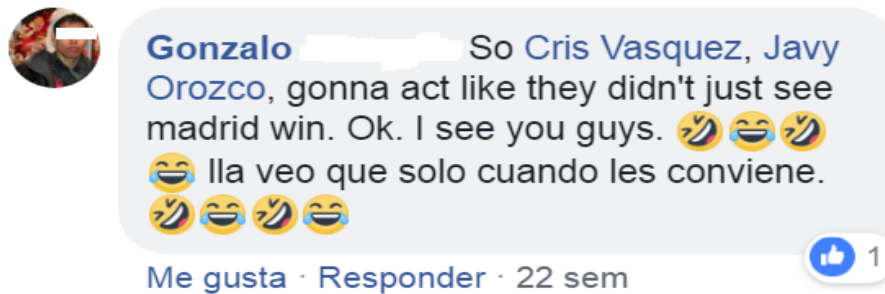
Albert We do not want beautiful goals or golazos in training. We want your attention, happiness, golazos on pitch. Asensio and vasquez do not give anything for team.

Me gusta · Responder · 4 min

Comentario 169: No queremos goles buenos o golazos en el entrenamiento. Queremos tu atención, tu alegría y golazos en el campo. Asensio y Vázquez no han hecho nada por el equipo.



Comentario 170: ¡Estoy orgulloso de ti y tu increíble juego Luka! Eres el mejor jugador del torneo. ...



Comentario 171: Pues Cris Vasquez, Javy Orozco van a comportarse como si no hubieran visto ganar al Madrid. De acuerdo, nos vemos chicos. ...



Comentario 172: Está guapo en su equipación. Hala Madrid. Cristiano para siempre.



Jude [redacted] Toi qui me parle que messi était Le meilleur buteur du mondial il a aussi ces titres là? 😂😂😂 cr7 the best BigJohn Douckagha

Me gusta · Responder · 31 sem

Comentario 173: Tú que me dices que Messi era el mejor goleador del mundial. ¿Tiene también estos títulos allí? Cristiano Ronaldo 7 el mejor.



Jorge [redacted] Thank you zizuu for all you have done...
Quien se tendría que ir es florentino por marro no trae fichajes y a los mejores que tiene madrid no le aumenta sueldo después de haber echo tanta historia si se va cr7 bale y zidane es porque algo paso dentro de la institucion y todo da cumbre al culpable que florentino siempre sere madridista pero por hoy tambien pondre una pausa como fan bye madrid !!!!

Me gusta · Responder · 7 sem

Comentario 174: Gracias Zidane por todo lo que has hecho. ... ¡Adiós Madrid!



L'international [redacted]
Maximum de respect à la meilleur équipe du monde entier .
Big **congratulations** to you the superstar CRISTIANO RONALDO CR7 the best football player in the world .

Me gusta · Responder · 32 sem



Comentario 175: Máximo respeto al mejor equipo del mundo entero. Muchas felicidades a ti, la súper estrella Cristiano Ronaldo 7, el mejor jugador del mundo.



Jose Ricardo [redacted] The best team para los del Real Madrid pero hoy por hoy es El BARCELONA DUELA A QUIEN LE DUELA

[Me gusta](#) · [Responder](#) · 2 años

Comentario 176: El mejor equipo para los del Real Madrid. ...



Moukhamed [redacted] The best player in the World la Coupe était à vous pour le beau jeu et la dignité de combattre sans tricherie vous avez regalez tous les fans du football mondiale.

[Me gusta](#) · [Responder](#) · 4 sem

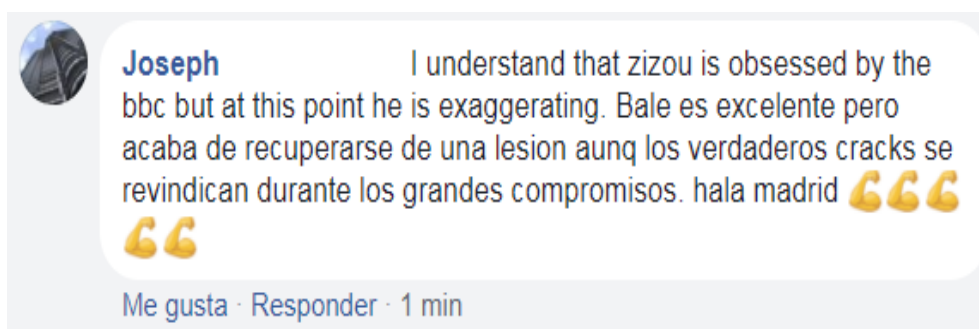
Comentario 177: El mejor jugador del mundo. La copa era para ti por haber jugado bien y con dignidad, sin engañar. Has deleitado a todos los aficionados del fútbol mundial.



Muhammad [redacted] Madrid the best.. Hala madrid the madridstas family is amazing.. Amor madridsta

[Me gusta](#) · [Responder](#) · 41 sem

Comentario 178: Madrid el mejor. Hala Madrid, la familia madridista es fenomenal. ...



Comentario 179: Comprendo que Zidane esté obsesionado por la bbc (Bale, Benzema, Cristiano), pero en este tema está exagerando. Bale es excelente, ...

Anexo VI

Comentarios del Valencia Club de Fútbol



Vicente Se debe de expulsar para siempre a quien tire algo desde la grada, pero estos bien pagaos cules ,prepotentes y provocadores. Undiano, tas lluit!!

Me gusta · Responder · 1 año

Comentario 180: ...Undiano, te has lucido!



Manolo Dejad que jueguen los que Marcelino ha querido, luego ya tendreis tiempo a poner o quitar jugadores. En Deu quina afiçio Amunt Collons

Me gusta · Responder · 34 sem



Comentario 181: ... Por Dios, qué afición. Adelante, cojones.



Carlos Hemos ganado y a algunos les jode,sino ,no entiendo tanta critica,aneusen a fer la maaaaaaa. Efecto VORO. AMUNT PER SEMPRE !!!!!!!

Me gusta · Responder · 1 año



Comentario 182: ... Iros a la mierda. Efecto Voro. ¡Adelante para siempre!

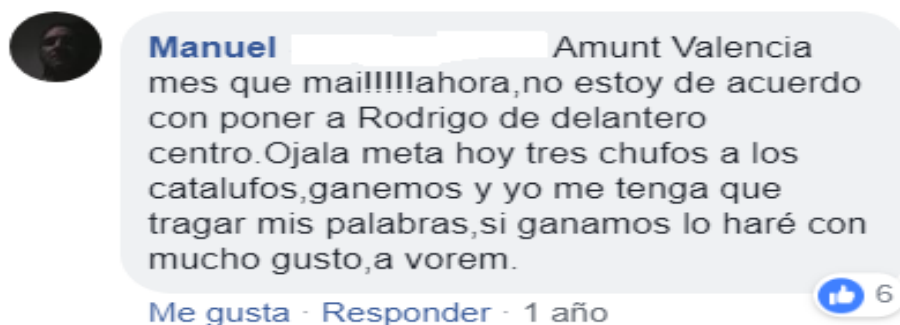


Pako Ara vais i ofrenais noves glories a espanya 🤢 que asco con los arbitros 😞 SEMPRE AMUNT

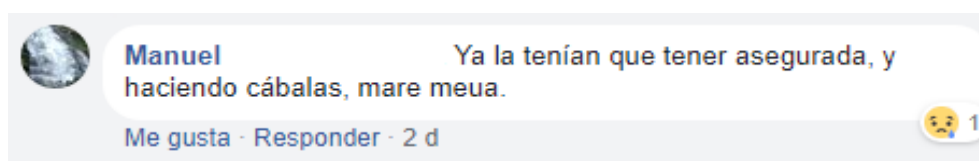
Me gusta · Responder · 45 sem



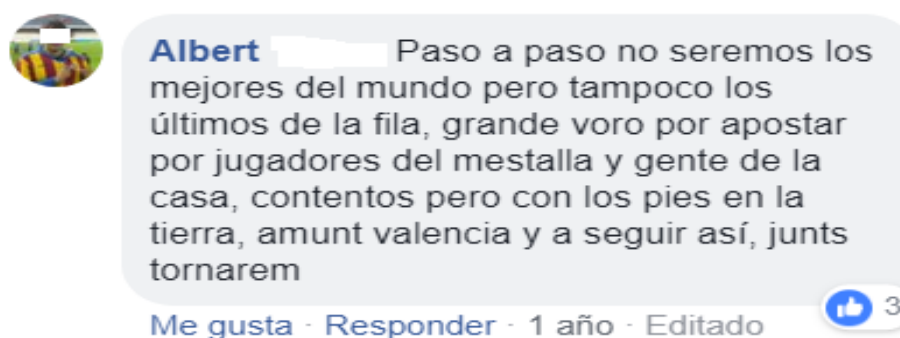
Comentario 183: Ahora vais y ofrecéis nuevas glorias a España. ... Siempre adelante.



Comentario 184: ¡Vamos Valencia, más que nunca! ... veremos.



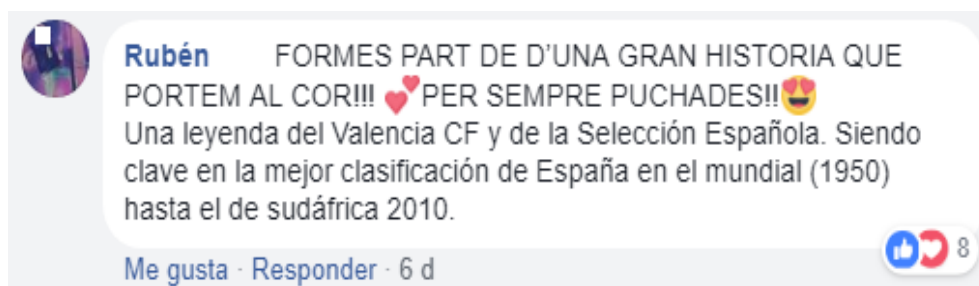
Comentario 185: ..., madre mía.



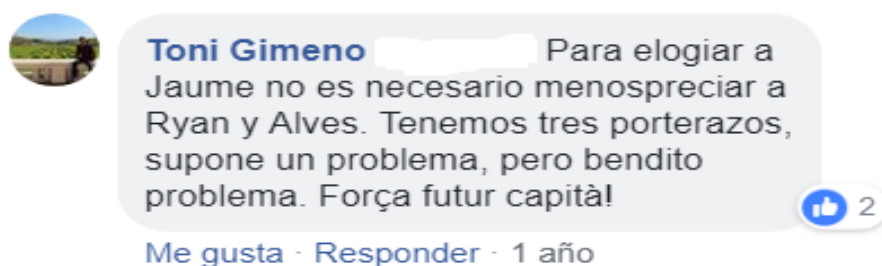
Comentario 186: ... Volveremos juntos.



Comentario 187: ¡La camiseta de Vicente! ¡Olé, yo la quiero!



Comentario 188: Formas parte de una historia que llevamos en el corazón. ¡Hasta siempre Puchades! ...



Comentario 189: ... ¡Fuerza, futuro capitán!



Sandra [redacted] Que mal perder tenéis los del Valencia tenían que cerrar el campo por tirar objetos a los jugadores!!! Después de todo el beneficio que ha tenido de los árbitros!!! FORÇA BARÇA!!!!!!

Me gusta · Responder · 1 año



Comentario 190: ... ¡Fuerza Barça!



Nuria [redacted] Me encantaría ir con mi chico **Jesús Tordera Soriano** que es fan fan incondicional del Valencia y sé que le haría mucha ilusión ir a verlos, ya que estamos deseando que entren en Champions para poderlos ver competir contra los mejores de Europa ya que los nuestros están a la altura!! Tenim que fer força!! #Amunt! [emojis]

Me gusta · Responder · 13 sem



Comentario 191: ... ¡Tenemos que hacer fuerza! ¡Adelante!



Carles valent!!!

Buena iniciativa!!!ánim

Me gusta · Responder · 1 año

Comentario 192:¡Ánimo, valiente!



Abel Moreno [redacted] Yo me he dormido en la 2parte y luego menterao ke hem perdut com sempre tenim un valensia ke es aburrit u pergent estos puns despues eu tirarem de menos com sempre cf

[Me gusta](#) · [Responder](#) · 1 año

Comentario 193: me he enterado de que hemos perdido. como siempre tenemos un Valencia que es aburrido y perdemos estos puntos y después los echaremos de menos como siempre CF.